



جامعة اليرموك

كلية الإعلام

قسم الصحافة

رسالة ماجستير بعنوان:

الإستخدامات والإشباعات المحققة من برنامج يوم  
جديد للجمهور الأردني  
(دراسة ميدانية)

**Jordanian Audiences Used Gratification Of  
JT.V Programme Youm Jadeed  
(Field Study)**

قدمت هذه الرسالة للحصول على درجة الماجستير في الإعلام

إعداد الطالبة

علا سلطان يوسف السكجي

إشراف

د. محمود يوسف الساسيري

٢٠١٣

الإستخدامات والإشباعات المحققة من برنامج يوم جديد للجمهور الأردني

(دراسة ميدانية)

إعداد الطالبة

علا سلطان يوسف السكحي

بكالوريوس إعلام قسم إذاعة وتلفزيون - جامعة اليرموك - ٢٠١٠

قدمت هذه الرسالة إستكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في الإعلام من

جامعة اليرموك

إربد - الأردن

وقد أشرف على مناقشتها ووافق عليها السادة الأعضاء التالية أسماؤهم :

١. الدكتور محمود يوسف الساسيري..... رئيساً ومشرفاً

٢. الدكتور حاتم علاونة..... عضواً مناقشاً

٣. الدكتور عادل زيادات..... عضواً مناقشاً

تم مناقشة الرسالة يوم الخميس الموافق ٢٠١٣/٧/١١

## الإهداء

اهدي خلاصة جهدي الى روح والدي...كم تمنيت ان تكون معي في هذه

اللحظات لكن الله قدر وما شاء فعل فأنا على العهد الذي بيننا مهما

حييت.....

يا جنتي في الدنيا والآخرة .. يا حبيتي وكل كياني .. تظلين لي رمز الطهارة

والنقاء.. منارة الحب والحنان .. سلسيل الوفاء الابدي .. نهر العطاء

المتجدد ... الذي لا ينضب .. يا أمي..فلولاك ما استطعت ان انهي

مسيرتي.....

فليحفظك الله لي

## شكر وتقدير

الحمد والشكر لله عز وجل  
الذي اعانني على انجاز هذا العمل  
والشكر والتقدير للدكتور الفاضل محمود السماسيري  
على حسن تعامله الكريم ولطفه  
كما اتقدم لجميع اساتذتي الذين قدموا لي يد العون  
بالشكر الجزيل على تعاونهم معي

الباحثة

علا سلطان السكجي

## المحتوى

الصفحة	الموضوع
ب	الإهداء
ج	الشكر والتقدير
د	فهرس المحتويات
و	فهرس الجداول
ح	الملخص باللغة العربية
ي	الملخص باللغة الانجليزية
١	مدخل للدراسة
<b>فصل تمهيدي : الإطار المنهجي للدراسة</b>	
٤	المقدمة
٧	مشكلة الدراسة
٧	أهمية الدراسة
٨	أهداف الدراسة
	المداخل النظرية للدراسة :
٩	نظرية الاستخدامات والاشباع
١٨	الدراسات السابقة
٢٩	مفاهيم الدراسة
٣٢	تساؤلات الدراسة
٣٣	فروض الدراسة
٣٤	نوع الدراسة ومنهجها
٣٦	مجتمع الدراسة وعينتها

الباب الأول : الإطار النظري للدراسة

	مدخل
٣٩	الفصل الأول : التلفزيون (مفهومه، تطوره، خصائصه، وظائفه).
٤٠	المبحث الأول: نشأة التلفزيون وتطوره في العالم
٤٢	المبحث الثاني: خصائص التلفزيون ومزاياه.
٤٧	المبحث الثالث: وظائف التلفزيون
٥١	الفصل الثاني : التلفزيون الاردني (نشأته، تطوره ببرامجه).
٥٢	المبحث الأول : نشأة وتطور التلفزيون الاردني.
٥٥	المبحث الثاني : قنوات التلفزيون الاردني وبرامجه
٥٨	المبحث الثالث: برنامج يوم جديد (أهم سماته وملامحه).
٦٠	الفصل الثالث: استخدامات المشاهد لبرامج التلفزيون وتأثيراتها
٦٣	المبحث الاول: الاثار الايجابية لاستخدامات التلفزيون
٦٨	المبحث الثاني: الاثار السلبية لاستخدامات التلفزيون
٧١	المبحث الثالث: اثر التلفزيون على دور الاسرة
الباب الثاني: نتائج الدراسة الميدانية	
٧٥	أداة البحث
٧٦	إجراءات الثبات والصدق
٧٧	المعالجة الاحصائية
١١٠	النتائج
١١٢	التوصيات
١١٣	قائمة المراجع
١٢١	الملاحق

قائمة الجداول

الجدول	الصفحة
جدول رقم (١) : الخصائص الديموغرافية لعينة الدراسة .	٧٤
جدول رقم (٢) : معدل مشاهدة برنامج يوم جديد	٧٨
جدول رقم (٣) : تفضيل مشاهدة البرنامج مع من	٧٩
جدول رقم (٤) : مكان مشاهدة البرنامج	٧٩
جدول رقم (٥) : متوسط وقت مشاهدة البرنامج	٨٠
جدول رقم (٦) : عدد مرات مشاهدة البرنامج اسبوعيا	٨١
جدول رقم (٧) : درجة متابعة فقرات برنامج يوم جديد	٨١
جدول رقم (٨) : درجة الرضى عن فقرات برنامج يوم جديد	٨٣
جدول رقم (٩) : درجة تفضيل مشاهدة البرنامج على باقي البرامج المعروضة في نفس التوقيت	٨٤
جدول رقم (١٠) : اسباب متابعة الجمهور لبرنامج يوم جديد عن غيره من البرامج	٨٦
جدول رقم (١١) : اسباب مشاهدة برنامج يوم جديد	٨٨
جدول رقم (١٢) : الفوائد التي تعود على الجمهور من مشاهدة برنامج يوم جديد	٩٠
جدول رقم (١٣) : معالجة برنامج يوم جديد للقضايا التي تهم المواطن الاردني	٩١
جدول رقم (١٤) : سلبيات برنامج يوم جديد	٩٢
جدول رقم (١٥) : أبرز سلبيات برنامج "يوم جديد" لمن أجاب ب(نعم )	٩٢
جدول رقم (١٦) : فروق ذات دلالة احصائية في متابعة أفراد العينة برنامج يوم جديد تعزى إلى متغيراتهم الديمغرافية	٩٤
جدول رقم (١٧) : العلاقة بين كثافة مشاهدة برنامج يوم جديد وبين درجة الرضى عنه	٩٦
جدول رقم (١٨) : الفروق بين الدوافع التوعودية التي تحققها مشاهدة برنامج يوم جديد تبعا للمتغيرات الديمغرافية	٩٧
جدول رقم (١٩) : الفروق بين الدوافع النفعية التي تحققها مشاهدة برنامج يوم جديد تبعا للمتغيرات الديمغرافية	٩٨
جدول رقم (٢٠) : المقارنات البعدية بطريقة شيفيه تبعا لمتغير المهنة	١٠٠

١٠١	جدول رقم (٢١): المقارنات البعدية بطريقة شيفيه تبعاً لمتغير العمر
١٠٢	جدول رقم (٢٢): الفروق بين الاشباعات التعودية التي تتحقق لعينة الدراسة لمشاهدة برنامج يوم جديد تبعاً للمتغيرات الديمغرافية
١٠٣	جدول رقم (٢٣): المقارنات البعدية بطريقة شيفيه تبعاً لمتغير المهنة
١٠٤	جدول رقم (٢٤): المقارنات البعدية بطريقة شيفيه تبعاً لمتغير العمر
١٠٤	جدول رقم (٢٥): المقارنات البعدية بطريقة شيفيه تبعاً لمتغير المستوى الاقتصادي
١٠٦	جدول رقم (٢٦): الفروق بين الاشباعات النفعية التي تتحقق لعينة الدراسة لمشاهدة برنامج يوم جديد تبعاً للمتغيرات الديمغرافية
١٠٧	جدول رقم (٢٧): المقارنات البعدية بطريقة شيفيه تبعاً لمتغير المهنة
١٠٨	جدول رقم (٢٨): المقارنات البعدية بطريقة شيفيه تبعاً لمتغير العمر
١٠٨	جدول رقم (٢٩): المقارنات البعدية بطريقة شيفيه تبعاً لمتغير المستوى الاقتصادي



# ملخص الدراسة

هدفت هذه الدراسة الى التعرف على الاشباع التي تتحقق للجمهور الاردني بعد تعرضهم لبرنامج يوم جديد، ولتحقيق هذا الهدف قامت الباحثة باستخدام منهج المسح الميداني لعينة بلغت (٤٠٠) مفردة في محافظة اربد، واعتمدت الباحثة الاستبانة كونها اداة بحثية لجمع البيانات المتعلقة بالدراسة.

وقد توصلت الباحثة الى عدة نتائج ابرزها ان ٦٠,٥% يشاهدون برنامج يوم جديد احيانا بينما ٣٩,٥% يشاهدونه دائما، وان ٣٨,٣% من افراد العينة يشاهدون البرنامج مع اسرهم بينما ٣٢,٥% يشاهدونه مع اصدقائهم.

وقد احتل المنزل نسبة ٤٣,٣% في مكان المشاهدة حسب راي افراد العينة وان ٣٣,٠% يشاهدون البرنامج لمدة اكثر من ساعتين ، بينما جاءت ادنى نسبة ٨,٣% لمن يشاهدونه لاقل من ساعة، وقد جاءت اعلى نسبة في عدد مرات المشاهدة لدى عينة الدراسة ٣٩,٨% لكل الحلقات بينما جاءت ادنى نسبة ٢,٠% للذين يشاهدونه يوم واحد في الاسبوع، وقد جاءت فقرة الاسرة في المرتبة الاولى بين فقرات البرنامج الاكثر متابعة بنسبة بمتوسط حسابي بلغ ٢,٧٩% بينما جاءت فقرة تقارير ميدانية في المرتبة الاخيرة بمتوسط حسابي بلغ ٢,١٢%.

وجاءت في المرتبة الاولى الساعة الاخبارية بمتوسط حسابي بلغ ٢,٥٢% بينما جاءت الفقرة الادبية بالمرتبة الاخيرة بمتوسط حسابي ١,٩٧%.

سبب الحرص على التوعية الصحية لكافة افراد العائلة جاء في المرتبة الاخيرة من اسباب المتابعة لدى افراد العينة بمتوسط حسابي بلغ ٤,٤٨% وجاء في المرتبة الاخيرة اشاهدة بناءا على رغبة

المحيطين بي بمتوسط حسابي ٣,٧٧%، وقد جاءت فقرة الامام بخلفيات الاحداث المحلية في المرتبة الاولى كفائدة من الفوائد التي تعود على أفراد العينة جراء التعرض للبرنامج بمتوسط بلغ ٢,٧٨%، وجاء في المرتبة الاخيرة فائدة يقوي الاتصال بيني وبين العائلة والاصدقاء بمتوسط حسابي بلغ ١,٨٦%.

وفيا يتعلق بفروض الدراسة فقد توصلت الدراسة الى أنه توجد فروق ذات دلالة احصائية في متابعة أفراد العينة لبرنامج يوم جديد تعزى لمتغيراتهم الديمغرافية، أيضا توصلت الدراسة الى وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين كثافة مشاهدة برنامج يوم جديد وبين درجة الرضى عنه، كما أنه لا توجد فروق ذات دلالة احصائية في الدوافع التعودية التي تحققها مشاهدة برنامج يوم جديد تعزى للمتغيرات الديمغرافية لعينة الدراسة.

# **Jordanian Audiences Used Gratification Of JT.V Programme Youm Jadeed**

**Prepared by  
Ola sultan sakaji  
Supervized by  
Dr.Mahmoud AL Samasiry**

## **Abstract**

**This study aimed to identify Gratifications that accrue to the public after being watch Youm Jadeed program, To achieve this goal, the researcher using the curriculum field survey of a sample of (400) Single in governor ,Irbed city, the researcher adopted a resolution being a research tool to collect data on the study. The researcher reached several conclusions, notably that 60.5% viewing Youm Jadeed sometimes while 39.5% watch it always. The sample study reached that among of these viewers that 38.3% of respondents viewing the program with their families while 32.5% watch it with their friends.**

**For the highest rank regarding the place watch the program and the length of time viewing, shows the below parentages: The house occupied 43.3% in the place seen by Ray respondents.**

**And 33.0% are viewing the program for more than two hours, while the lowest rate of 8.3% for those who watch it for less than an hour.**

**Result views and the most important paragraphs:**

**The highest rate in the number of views among a sample study, 39.8% of all episodes, while the lowest percentage came 2.0% for those who watch it one day a week.**

**This came with paragraph Family first between the vertebrae the most watched program by a mean hit 2, 79%, while paragraph field reports came in last place a mean of 2.12%.**

**Came first time news a mean of 2.52%, while paragraph came literary prize last a mean 1.97%. The results of the reasons for the follow up the program: Cause of concern for the health education for all members of the family came in last place of the reasons for follow-up to the members of the sample a mean of 4.48% and came in last place was seeing based on the desire of those around me a mean 3.77%. Came paragraph knowledge of local events backgrounds in the ranked first of benefits to the members of the sample from exposure to program an average of 2.78% and was followed by recent interest strengthens the connection between me and the family and friends a mean of 1.86%.**

**Hypotheses study:**with regard to hypotheses study, the study found that there were statistically significant differences in the follow-up of the sample Youm Jadeed program attributed to demographic variables, also the study found a statistically significant relationship between the intensity Show Youm Jadeed program and the degree of satisfaction with him, as there were no statistically significant in motives that achieved watching Youm Jadeed attributed program for demographic variables.

© Arabic Digital Library-Yarmouk University

# مدخل

تسعى هذه الدراسة إلى التعرف على الاشباعات التي يحققها برنامج يوم جديد في التلفزيون الاردني للجمهور الأردني بعد تعرضهم له،بالإضافة الى معرفة مواطن القوة والضعف في البرنامج. وفي سبيل ذلك إستهلكت هذه الدراسة بتقديم فصل تمهيدي هو الإطار المنهجي للدراسة ويتضمن مقدمة الدراسة ومشكلتها وأهميتها وأهدافها والمداخل النظرية التي تنطلق منها الدراسة، كما تناولت الدراسات السابقة والتعريفات الإجرائية وتساؤلات وفروض الدراسة ونوعها ومنهجها ومجتمع الدراسة وعينتها.

بالإضافة للفصل التمهيديالذي يتضمن بايين؛ تناول الباب الأول الإطار النظري للدراسة والذي يبحث في التلفزيون وقد قسم إلى ثلاثة فصول إشتمل الفصل الأول على ثلاثة مباحث، يتضمن المبحث الأول تطور التلفزيون ، في حين إنفرد المبحث الثاني بالحديث عن خصائص التلفزيون ومزاياه ،بينما تضمن المبحث الثالث مهام ووظائف التلفزيون.

وتناول الفصل الثاني الحديث عن التلفزيون الاردني (نشأته،تطوره،برامجه)،وانقسم تبعاً لذلك إلى مبحثين، تناول المبحث الأول الحديث عن نشأة وتطور التلفزيون الاردني ،في حين تناول المبحث الثاني الحديث عن برنامج يوم جديد.

أما الفصل الثالث فقد اشتمل على إستخدامات المشاهد لبرامج التلفزيون وتأثيراتها، وانقسم تبعاً لذلك إلى ثلاث مباحث، تتناول المبحث الأول الآثار الإيجابية لإستخدامات التلفزيون أما المبحث الثاني تحدث عن الآثار السلبية لإستخدامات التلفزيون، وإنفرد المبحث الثالث بالحديث عن أثر التلفزيون على الأسرة.

أما الباب الثاني فقد تناول نتائج الدراسة الميدانية، وقد اشتمل على أداة البحث وإجراءات الثبات والصدق والمعالجة الإحصائية وملخص لأبرز النتائج، واختتمها الباحثة بدعوة القائمين على برنامج يوم جديد لتبني مجموعة من التوصيات التي قد تسهم في النهوض بمستوى البرنامج.

وأخيراً؛ وضعت الباحثة قائمة المصادر والمراجع التي إعتمدت عليها في جمع المعلومات المطلوبة عن الدراسة، كما وضعت إستبانة الدراسة كملحق مرفق معها.

# فصل تمهيدي

## الإطار المنهجي للدراسة

- مقدمة.
- مشكلة الدراسة .
- أهمية الدراسة.
- أهداف الدراسة.
- المداخل النظرية للدراسة.
- الدراسات السابقة .
- التعريفات الإجرائية .
- تساؤلات الدراسة .
- فروض الدراسة.
- نوع الدراسة ومنهجها .
- مجتمع الدراسة وعينتها.

## ● مقدمة .

يحتل التلفزيون دوراً محورياً في عملية التنوير للمشاهد واكسابه مهارات التواصل والتأثير في المجتمع، وياتت هذه الوسيلة محركاً قويا للشعوب، ورمزا يعبر عنها بطريقة مباشرة وقد وجدت وسائل الاتصال والاعلام بوجود هذا العالم واجتازت مراحل تطور عديدة افرزت عدة انواع متفاوتة في الكم والكيف والمدى كطبيعة التأثير والمحتوى الاعلامي والفكري والثقافي وتنوع اشكاله ووظائفه<sup>1</sup>.

وفي سبيل ذلك كان هناك توجه رسمي أردني بإنشاء محطة تلفزيونية منذ عام ١٩٦٤، ولأجل هذا فقد خصصت الحكومة ميزانية لإجراء دراسة جدوى للمشروع قام بها فريق دولي من الخبراء والمستشارين، وقد نصح هؤلاء بإقامة محطة تلفزيونية بداية في عمان، وفي عام ١٩٦٥ اقترح مجموعة من رجال الأعمال المحليين بإنشاء محطة تلفزيونية في الأردن على غرار لبنان، وأن يقوم هذا الإنشاء على أسس تجارية مع السماح للحكومة بقدر كبير من الإشراف على برامج التلفزيون. ووافق مجلس الوزراء الأردني على الخطة المقترحة من قبل

---

1 فاطمة حسين عواد، الاعلام الفضائي، (الاردن، دار اسامة للنشر، ٢٠١٠)، ص ٢٣.



رجال الأعمال، لكن عند دراسة البرامج المقترحة، كان أغلبها ترفيهياً، فأخذت الحكومة على عاتقها إنشاء محطة تلفزيونية حكومية عامة<sup>1</sup>.

بسبب اندلاع حرب حزيران عام ١٩٦٧ تأخر افتتاح التلفزيون الأردني، حيث احتلت إسرائيل الضفة الغربية، وتعرض الأردن إلى مشاكل سياسية وعسكرية واقتصادية أدت إلى تحويل انتباه الحكومة عن التلفزيون<sup>2</sup>.

وقد خطى التلفزيون الأردني خطوة هامة عندما بدأ بالبث الملون عام ١٩٧٤، وأصبح لديه ثلاثة استوديوهات يتم فيها إنتاج وتصوير البرامج المحلية والمسلسلات وبرامج المنوعات، وارتبطت استوديوهات التلفزيون الأردني مع العالم الخارجي من خلال المحطة الأرضية للأقمار الصناعية في البقعة التي أنشأت عام ١٩٧٢ ولاحقاً تم إنشاء محطة عمرة داخل مبنى التلفزيون حيث تتصل مع القمر الأوروبي والدولي والآسيوي والعربي<sup>3</sup>.

وفي عام ١٩٨٥ تم دمج الإذاعة والتلفزيون في مؤسسة واحدة سميت بمؤسسة الإذاعة والتلفزيون، وصدر قانون جديد ينظم عمل هذه المؤسسة، وكان التلفزيون الأردني أول تلفزيون عربي يدخل نظام "التيلينكست" المجلة المرئية، وهي عبارة عن جريدة تلفزيونية

---

Douglas, A, Boyd, Broadcasting in the Arab World a Survey of Radio and Television in the Middle East, 1st Edition a series edited by Sydney w.Heed, Temple University Press Philadelphia, 1982, p 90.

2. Boyd, 1982, p 91، مرجع سابق

3 تركي نصار، مرجع سابق، ص ٣٨٤.

تهدف لإيصال المعلومات للمشاهدين عبر الشاشة كآخر الأخبار وأقوال الصحافة والرياضة المتنوعة وحركة الطيران وأسعار البورصة وحالة الجور وكان ذلك في عام ١٩٨٦<sup>١</sup>.

وفي نيسان عام ١٩٩٣ تم افتتاح القناة العربية الأردنية، لتقوم ببث جلسات مجلس الأمة الأردني بالإضافة لبث أهم الأحداث الرياضية المحلية والعالمية، وفي شهر كانون الثاني عام ٢٠٠١، تم دمج القناة الأولى والثانية في قناة واحدة وخصصت القناة الثالثة لبرامج الأطفال صباحاً، والأفلام بعد الساعة السادسة مساءً.

ورغم كثرة برامج التلفزيون الاردني الا انه ثمة برنامج هو "برنامج يوم جديد" يعد من ابرز برامج التلفزيون الاردني، وهو برنامج صباحي يبث على الهواء مباشرة يومياً عدا يوم الجمعة ويبدأ بث البرنامج من الساعة السابعة صباحاً وحتى الساعة العاشرة صباحاً، ويتضمن نشرة أخبار، ومواجيز إخبارية، ويتناول البرنامج قضايا اجتماعية وصحية وبيئية واقتصادية وتعليمية ودينية وإرشادية، ومنذ العام ٢٠٠٨ تم تقسيم برنامج يوم جديد إلى جزأين، الجزء الأول يتضمن تقارير ميدانية كالوضع المروري اليومي، وكذلك استضافة مسؤول، أما الجزء الذي يبدأ عند الساعة الثامنة والنصف ولغاية الساعة العاشرة صباحاً، يتضمن فقرات متنوعة ورياضية تهتم بالأساس رياضات البيوت<sup>٢</sup>.

ونظرا لاهمية هذا البرنامج واهمية القضايا التي يعالجها وكثافة المشاهدة التي يحققها من بين برامج التلفزيون الاردني فقد وقع اختيار الباحثة عليه لدراسته ك نموذج لطبيعة استخدامات الجمهور الاردني لبرامج التلفزيون الاردني والاشباع التي يحققها لهم.

---

1، فاروق انيس جرار، الاذاعة والتلفزيون في الاردن، (عمان، منشورات لجنة تاريخ الاردن، ١٩٩٧)، ص

. ١٢٠

[www.jrt.jo](http://www.jrt.jo) (الموقع الرسمي للتلفزيون الاردني)

## • مشكلة الدراسة :

في ضوء نتائج الدراسات السابقة التي خلصت الى أن التلفزيون يعد من أهم الوسائل الإعلامية التي تعمل على تزويد الجمهور بالمعلومات فضلاً عن قدرته في التأثير عليهم في مجالات متعددة وفي ضوء ذلك فقد سعت هذه الدراسة الى معرفة طبيعة إستخدامات الجمهور لبرنامج "يوم جديد" كنموذج لبرامج التلفزيون الاردني لعدم وجود دراسة علمية تقدم وصفا للدور الذي يقوم به التلفزيون وخاصة التلفزيون الاردني وهو برنامج صباحي يبث على الهواء مباشرة يومياً عدا يوم الجمعة ويبدأ بث البرنامج من الساعة السابعة صباحاً وحتى الساعة العاشرة صباحاً، ويتضمن نشرة أخبار، ومواجيز إخبارية، ويتناول البرنامج قضايا اجتماعية وصحية وبيئية واقتصادية وتعليمية ودينية وإرشادية.

وتسعى الدراسة الى معرفة اراء المشاهدين في برنامج "يوم جديد" من خلال الكشف عن مواطن القوة والضعف في البرنامج ومدى قدرته على تلبية رغبات المشاهدين وتحقيق اشباعاتهم الاعلامية ويمكن صياغة مشكلة الدراسة في صورة تساؤل رئيسي هو "ما الدوافع التي تدفع المشاهدين الى مشاهدة برنامج يوم جديد وما الاشباعات التي يحققها لهم؟".

## • أهمية الدراسة :

تستمد هذه الدراسة اهميتها من أهمية الإشكالية التي تتصدى لها والتي تتمثل في سعيها الى الإهتمام بالمشاهدين ولعل ما يؤكد أهمية الدراسة إضافة لما سبق هو الجوانب التالية:

١- الأهمية العلمية: تعد هذه الدراسة أول دراسة تبحث في مجال استخدامات الجمهور

الأردني لبرنامج يوم جديد، حيث تسعى الدراسة إلى الوصول الى نتائج علمية في هذا

المجال وتزويد المكتبة الإعلامية الأردني والعربية بمادة علمية تأمل أن تكون مفيدة في مجال إنتاج البرامج التلفزيونية وطبيعة استخدامات الجمهور لها والإشباع المحققة منها.

٢- الأهمية العملية: حيث تتيح هذه الدراسة للقائمين على برامج التلفزيون التعرف على كيفية استخدام الجمهور لبرنامج يوم جديد وطبيعة الإشباع التي يحققها لهم وتطوير أداء البرنامج على ضوء ذلك عبر:

- أ- اتخاذ قرارات صائبة في تحديد شكل ونوعية البرامج التي تتلاءم واحتياجات الجمهور الأردني.
- ب- التعرف إلى العوامل المؤثرة في تحديد ما يحتاجه المشاهد الأردني من محتوى ومضمون في برنامج يوم جديد وتحديد دوافعه لمشاهدته.
- ت- معرفة الأوقات المناسبة التي ينبغي أن تبث فيها البرامج التلفزيونية التفاعلية وخاصة برنامج يوم جديد.

## • أهداف الدراسة :

تسعى هذه الدراسة إلى تحقيق الأهداف التالية:

- ١- التعرف على عادات وأنماط مشاهدة برامج التلفزيون الأردني من قبل المشاهد الأردني بالتطبيق على برنامج (يوم جديد).
- ٢- دوافع استخدام الجمهور الأردني لبرنامج "يوم جديد".
- ٣- طبيعة الإشباع التي يسعى المشاهد الأردني إلى تحقيقها من التعرض لبرامج التلفزيون الاردني.

٤- رصد العلاقة بين درجة استفادة الجمهور الاردني عينة الدراسة من برنامج "يوم جديد" وبين السمات الديمغرافية لهم.

٥- معرفة سلبيات برنامج (يوم جديد).

٦- الوصول الى اقتراحات للتصدي للسلبيات التي تشوب برنامج (يوم جديد) إن وجدت.

## • المدخل النظرية للدراسة :

### مدخل الاستخدامات والإشباع

يعود ظهور الدراسات الخاصة بمدخل الاستخدامات والإشباع التي تحققها وسائل الاتصال للجمهور إلى بداية ظهور الاتصال الجماهيري، حيث ظهرت العديد من الدراسات مثل دراسة (Lazars Feld-Stanton) ١٩٤٢-١٩٤٤، فقد أدى إدراك عواقب الفروق الفردية والتباين الاجتماعي على السلوك المرتبط بوسائل الإعلام خلال الأربعينات إلى ظهور منظور جديد للعلاقة بين الجمهور ووسائل الإعلام، فتغيرت النظرة إليه من مجرد كونه متلق سلبي، يستخدم ما تقدمه له وسائل الإعلام، إلى كونه إيجابي يقرر ماذا يريد، ولديه قدرة على تحديد الوسيلة والمضمون الذين سيتعرض له، وفقاً لاحتياجاته، ودوافعه، واتجاهاته، ولم تعد وسائل الإعلام كالسابق، صاحبة التأثير الأقوى عليه والتي تحدد له ما يشاهده<sup>١</sup>.

---

1 ل ديلفير روكستن، ساندر بول ، نظريات وسائل الإعلام، ترجمة: كمال عبد الرؤوف، (القاهرة، الدار الدولية

للنشر والتوزيع، ١٩٩٣)، ص ٢٦٦.

ولقد تطور مدخل الاستخدامات والإشباعات شأنه شأن أية نظرية في العلوم

الاجتماعية، وتتطور ببطء ويرجع ذلك إلى<sup>١</sup>

(١) دراسات الإشباع القائمة على مبدأ الفروق الفردية لم تحظ بالاهتمام الكبير، نظراً

لسيطرة اتجاهات بحوث التأثير فيما قبل، وبعد الحرب العالمية الثانية، على دراسات

الاتصال الجماهيري.

(٢) أن المراحل الأولى لمدخل الاستخدامات والإشباعات كان ينقصها الافتراضات

النظرية.

### • أهداف مدخل الاستخدامات والإشباعات:

يحقق مدخل الاستخدامات والإشباعات ثلاثة أهداف رئيسية هي<sup>٢</sup>:

أ. محاولة التعرف على كيفية استخدام الأفراد لوسائل الاتصال بالرجوع إلى الجمهور

النشط الذي يستطيع أن يختار، ويستخدم الوسائل التي تشبع حاجاته وتوقعاته.

ب. شرح دوافع التعرض لوسيلة إعلامية معينة، والتفاعل الذي يحدث نتيجة التعرض.

ج. التأكيد على نتائج استخدام وسائل الاتصال بهدف فهم عملية الاتصال الجماهيري.

### • عناصر مدخل الاستخدامات والإشباعات:

أشارت العديد من الدراسات التي نشرت في بداية السبعينات إلى خمسة عناصر أساسية

لمدخل الاستخدامات والإشباعات وهذه العناصر هي<sup>١</sup>:

---

1 حمدي حسن، الوظيفة الإخبارية لوسائل الإعلام، (القاهرة، دار الفكر العربي، ١٩٩١)، ص ١٣.

2 حسن عماد، ليلي حسن السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة، (القاهرة، الدار المصرية اللبنانية، ط١،

١٩٩٨)، ص ٢٤١.

١. أصول نفسية.
٢. حاجات نفسية.
٣. توقعات.
٤. وسائل الإعلام.
٥. التعرض لوسائل الإعلام.

• إشباع وسائل الإعلام:

يعني الإشباع إرضاء الحاجة، وتحقيق المطلب الذي يلح عليه الدافع، وبالتالي فإن إشباع الدوافع يصاحبه إحساس بالسعادة، وشعور بالاستمتاع، وفي نفس الوقت فإن إشباع الدافع سوف يؤدي إلى زواله، أو ضعفه سواء بصفة مؤقتة ليعاود الإلحاح من جديد بعد فترة معينة (كدافع الجوع) أو بصفة دائمة كدافع الحصول على مؤهل معين (كالباكالوريوس). وإشباع الدافع لا يكون كاملاً أو مباشراً دوماً، حيث يضطر الفرد إلى القبول بالإشباع المنقوص، أو غير المباشر، أو هما معاً تحت وطأة الظروف، والقيود التي قد تفرضها البيئة المادية، أو المجتمع الإنساني، أو جوانب شخصيته المختلفة وإمكاناتها، أو كل ذلك معاً.

ووقفاً لمدخل الاستخدامات والإشباع يتم وصف أفراد الجمهور باعتبارهم مدفوعين بمؤثرات نفسية واجتماعية لاستخدام وسائل الإعلام بغية الحصول على نتائج خاصة يطلق عليها الإشباع، وقد اهتمت دراسات الاستخدامات والإشباع منذ السبعينات بضرورة التمييز بين

---

1 Denis Mcquail, Seven wind Hal, Communication Models, London newyori

Longman, 1993.

2 فرج عبدالقادر طه، أصول علم النفس الحديث، (القاهرة، عين للدراسات والبحوث الإنسانية والاجتماعية، ١٩٩٩)، ص ١١٥.

الإشباعات التي يبحث عنها الجمهور من خلال التعرض لوسائل الإعلام، والإشباعات التي تتحقق بالفعل.

\* ويقسم (لورانس وينر، ١٩٨٥) الإشباعات إلى نوعين هما:

إشباعات المحتوى: وتنتج عن التعرض لمحتوى وسائل الاتصال وتنقسم إلى نوعين:

- إشباعات توجيهية: وهي تستخدم بدلاً من مصطلح مراقبة البيئة الذي أشار إليه (لازويل) من قبل، في إطار عرضه لوظائف وسائل الاتصال الجماهيري، وتتضمن الإشباعات التوجيهية الحصول على المعلومات، وتأكيد الذات، وهي ترتبط بكثرة التعرض، والاهتمام، والاعتمادية على وسائل الاتصال، كما ترتبط بزيادة الاهتمامات تجاه القضايا السياسية، وقيادة الرأي في الشؤون العامة، وتتضمن هذه الإشباعات أيضاً المنفعة المتعلقة باتخاذ القرارات مثل: التصويت الانتخابي، وبناء الرأي، وتأكيد الهوية الشخصية، واكتشاف الواقع، وحب الاستطلاع.
- إشباعات اجتماعية: ويقصد بها الربط بين المعلومات التي يحصل عليها الفرد، وشبكة علاقاته الشخصية وهي تنقسم إلى نوعين هما:
  - إشباعات اجتماعية إقناعية، وتشمل حصيلة من المعلومات المؤيدة، تستخدم في المناقشات، والتفاعل الاجتماعي.
  - إشباعات اجتماعية هزلية، وتأخذ شكل المنفعة الاجتماعية والشخصية التي تهتم بالأشياء المثيرة لاستخدامها في المناقشات مع الأصدقاء<sup>1</sup>

1 حمدي حسن، المرجع سابق، ص ٣١.



- (٢) **الإشباعات العملية:** وهي تنتج عن عملية الاتصال نفسها، واختيار وسيلة اتصالية

معينة، ولا ترتبط مباشرة بالسمات والخصائص الأساسية للرسائل، ويقسم (وينر)

الإشباعات العملية إلى نوعين هما:

- **إشباعات شبه اجتماعية:** وتتحقق من خلال التوحد أو التماثل الذي يحدث بين الشاهد

والقائم بالاتصال - في التلفزيون مثلاً - فالأخير يشجع هذه العلاقة من خلال الاتصال

بالنظر إلى الكاميرا أثناء مخاطبته للمشاهد، وكأنه حوار ثنائي مستمر، ويحدث هذا

التطابق أيضاً مع الشخصيات التي تظهر بانتظام في وسائل الاتصال، خاصة

الشخصيات السياسية والرياضية، وربما يكون هؤلاء مصدراً للإشباعات شبه الاجتماعية،

وتزداد فعالية هذه الإشباعات شبه الاجتماعية مع تزايد عزلة الفرد، وضعف علاقاته

الاجتماعية الحقيقية وتصبح هذه العلاقة بديلاً عند بعض الأشخاص الذين يعتمدون

كلية على أخبار التلفزيون بشأن اتخاذ قرارات التصويت الانتخابي، ويرى (وينر) أن

الرفقة والتفاعل شبه الاجتماعي هي إشباعات تكميلية تحدث حين يفتقر الشخص إلى

علاقات اجتماعية واقعية<sup>١</sup>

- **إشباعات شبه توجيهية:** وتتحقق هذه الإشباعات من خلال تخفيف الإحساس بالتوتر، والدفاع

عن الذات مثل إشباعات الدعم أو التعزيز، وأن هذه الإشباعات تتحقق في برامج الإثارة،

والتسلية، والترفيه التي تعيد عملية التوجيه من خلال الإدراك الانتقائي، والإقلال من التوتر بهدف

تجنب الضغوط التوجيهية من خلال التركيز على الجوانب الترفيهية في مضمون الأخبار مثلاً<sup>٢</sup>

ترتبط هذه الدراسة بنظرية الاستخدامات والإشباعات، وفيما يلي تفسير لهذه النظرية:

1 حمدي حسن المرجع السابق، ص ٣٠.

2 المرجع السابق، ص ٣١.

## - نشأة وتطور النظرية:

- يعد إياهو كاتز (عالم الاتصال الأمريكي) أول من وضع الأساس في بناء مدخل الاستخدامات والإشباع عام ١٩٥٩، حيث تحول الانتباه من الرسالة الإعلامية إلى الجمهور الذي يستقبل هذه الرسالة، وبذلك التغي مفهوم قوة رسائل الاتصال التي كانت تنادي بها بعض النظريات الإعلامية كنظرية الرصاصة.
- وتعتبر عملية استخدام الجمهور لوسائل الاتصال عملية معقدة وترجع إلى عدة عوامل منها: خلفيات الجمهور الثقافية، سياسية الوسيلة الإعلامية، السن، الدخل، مستوى التعليم، الجندر (النوع الاجتماعي)، ونوع الإشباع الذي يريد الشخص تحقيقه من التعرض للوسيلة.
- وظهر مفهوم الجمهور النشط الذي حول دراسة علاقة الجمهور بوسيلة الاتصال من الإجابة على سؤال (ماذا) إلى الإجابة على سؤال (لماذا)، للتعرف على أسباب تعرض الجمهور لوسائل الاتصال، وهو ما يعرف بدوافع المشاهدة، كما أنها تحاول التعرف على الإشباع التي يحققها التعرض لوسائل الاتصال بالنسبة للجمهور.
- تتكون عناصر النظرية من:
- أ - الجمهور النشط:
- مع ظهور نظرية الاستخدامات والإشباع ظهر مفهوم الجمهور النشط الذي يبحث عن المضمون الاتصالي المناسب بالنسبة له ويتحكم في اختيار الوسيلة التي تقدم هذا المحتوى.
- ويتحدد مفهوم نشاط الجمهور في عدة أبعاد من أهمها:

- **الانتقائية:** وتتمثل في اختيار وسيلة معينة واختيار التعرض لمضمون معين بها.
- **النفعية:** حيث يختار جمهور وسائل الاتصال المضمون الذي يشبع حاجات ودوافع معينة.
- **العمدية:** يعتمد أفراد الجمهور اختيار وسيلة معينة لإشباع حاجة ما.
- **الاستغراق:** يحدث على المستوى الإدراكي والتأثيري والسلوكي. فإن استغراق الجمهور مع المضامين الإعلامية وخاصة التلفزيون يعتمد على مدى توحيد الجمهور مع الشخصيات التلفزيونية.
- **مناعة التأثير:** هناك محدودية في تأثير وسائل الاتصال على تفكير الجمهور وسلوكه، فالجمهور لا يريد أن يتحكم فيه أي شيء<sup>١</sup>

### ٣- ب - الأصول النفسية والاجتماعية لاستخدامات وسائل الاتصال:

لا يتعامل أفراد الجمهور مع وسائل الاتصال باعتبارهم أفراد معزولين عن واقعهم الاجتماعي وإنما باعتبارهم أعضاء في جماعات اجتماعية منظمة وبذلك فالعوامل الديمغرافية والاجتماعية مثل: النوع، السن، المهنة، المستوى التعليمي، والمستوى الاقتصادي والاجتماعي لها تأثيرها في استخدام أفراد الجمهور لوسائل الاتصال<sup>٢</sup>

### ج - حاجات ودوافع استخدام وسائل الاتصال:

الحاجة هي الافتقار إلى شيء إذا وجد تحقق الإشباع والرضا، وتتمثل أنواع الحاجات التي يسعى أفراد الجمهور إلى إشباعها عن طريق التعرض لوسائل الاتصال فيما يلي:

1 عبدالغفار عبد السلام، مقدمة في الصحة النفسية، (القاهرة، دار العلم، الطبعة الأولى، ١٩٩٥)، ص ١١.  
2 حسن مكاوي، محمد الشريف، نظريات الإعلام، (القاهرة، مركز جامعة القاهرة للتعليم المفتوح، الطبعة الأولى، ٢٠٠٠)، ص ٢١١.

- **احتياجات معرفية:** وتتمثل في الحصول على المعلومات عن طريق الموضوعات المختلفة ومنها البيئة المحيطة.
  - **احتياجات عاطفية:** وتتمثل في تحقيق المتعة وإشباع الحاجات الجمالية والعاطفية مثل: الحاجة إلى الحب والصدقة.
  - **تحقيق الاندماج الذاتي:** وتأتي تلك الحاجة من رغبة الفرد في تقدير الذات
  - **الحاجة إلى التفاعل الاجتماعي:** وتتمثل في تحسين علاقات الفرد مع أسرته وأصدقائه.
  - إزالة التوتر: وتتمثل في الهروب من المشاكل الشخصية والرغبة في اللهو والاندماج في المضمون الاتصالي<sup>1</sup>
- وفي نظرية الاستخدامات والإشباع تكون الحاجات مرتبطة بدوافع واستخدام وسائل الاتصال، فالدوافع تعكس الحاجات، أي أن الحاجة تولد الدافع لاستخدام وسائل الاتصال من أجل إشباع تلك الحاجة.
- ويمكن تقسيم دوافع التعرض لوسائل الاتصال إلى:
- (١) **دوافع نفعية:** وتهدف إلى التعرف على الذات واكتساب المعرفة والمعلومات والخبرات ومراقبة البيئة التي ترتبط باستخدام مضامين معينة كمنشورات الأخبار وبرامج المعلومات حيث أن وسائل الاتصال تجمع معلومات لنا عن أشياء وأماكن لا يمكننا كأفراد جمهور أن نصل إليها بأنفسنا.

1 فرج كامل، بحوث الإعلام والرأي العام: تصميمها وإجراؤها وتحليلها، (القاهرة، دار النشر للجامعات، الطبعة الأولى، ٢٠٠١)، ص ٨٨.

٢) دوافع طقوسية: وتهدف إلى إشباع رغبات الفرد في تمضية الوقت والاسترخاء والصدقة

والهروب من المشاكل، وتنعكس هذه الفئة في المسلسلات والأفلام والبرامج الترفيهية

المختلفة<sup>١</sup>

ويرى عالم الاتصال (سوانسون، ١٩٨٧) إمكانية ربط محتوى الرسالة بالإشباع

المتحققة، فبرامج الدراما والترفيه والمنوعات يمكن أن تحقق إشباع التنفيس والتخلص

من الملل والقلق والهروب من المشكلات اليومية. أما برامج الأخبار والمعلومات

وشؤون الساعة تحقق إشباع مراقبة البيئة الذي يتمثل في الحصول على المعلومات

والخبرات والمهارات<sup>٢</sup>

---

1 مكاوي والشريف، مرجع سابق، ص ٢٤٦.

2 مكاوي والشريف، مرجع سابق، ص ٢٤٨.

## • الدراسات السابقة .

هناك عدد كبير من الدراسات السابقة التي تناولت استخدامات الجمهور للبرامج التلفزيونية المختلفة من الوطن العربي او من الغرب وفيما يلي تتلخص اهم هذه الدراسات:

- ١- أجرى (طبيشات، عبدالناصر، ٢٠١٠) دراسة بعنوان (تأثير البرامج التلفزيونية على طلبة جامعة اليرموك) وقد هدفت هذه الدراسة الى التعرف على عدد الساعات التي يتعرض لها طلبة جامعة اليرموك في مشاهدة التلفزيون ومعرفة اتجاهات الطلبة نحو الموضوعات المعروضة ودور التلفزيون في اشباع حاجات المشاهدين، وقد استخدم الباحث الاستبانة وتكونت عينة الدراسة من طلبة جامعة اليرموك الدارسين في الفصل الصيفي للعام الجامعي (٢٠٠٦/٢٠٠٧) وعددهم (١٦١٣٢) طالب وطالبة وقد توصلت الدراسة الى:
  - ١- نسبة الطلبة الذين يشاهدون التلفزيون بين ساعة وساعتين يوميا كانت النسبة الاعلى بين النسب الاخرى وبلغت (٤٠,٧) %.
  - ٢- يفضل غالبية الطلبة مشاهدة التلفزيون في فترة المساء والسهرة حيث بلغت النسبة (٩٠,٧) %.
  - ٣- درجة الوعي بين الذكور والاناث تجاه الموضوعات التي تعرض على الشاشة متساوية تقريبا.

٤- معظم المشاهدين يفضلون المحطة التلفزيونية التي تلبى رغباتهم اكثر من تلك التي تلبى احتياجاتهم.

٢- أجرى (محمد إبراهيم، بكر، ٢٠١٠) دراسة بعنوان (إستخدامات أفراد المجتمع السعودي للمحطات الاذاعية المحلية والاشباعات المحققة منها، دراسة ميدانية على عينة من سكان مدينة الرياض) وتهدف هذه الدراسة الى معرفة مدى استفادة افراد المجتمع السعودي من خلال برامج المحطات الاذاعية المحلية (الحكومية والخاصة) ومدى الرضى عنها وقد بلغ عدد افراد لعينة (٥٦٥) مثلوا جميع مناطق مدينة الرياض، توصل الباحث الى عدة نتائج ابرزها:

١- غالبية مفردات العينة من فئة الشباب (٢٦-٣٥) سنة بنسبة (٤١) %.

٢- نصف افراد العينة (٥٠,٣) % تقضي اقل من ساعة يوميا في الاستماع الى المحطات.

٣- نسبة من يقضون ساعة الى ساعتين من افراد العينة جاءت (٣٤,٣) %.

٤- اما من يستمعون لاكثر من ذلك فقد بلغت نسبتهم (١٥,٤) %.

٣- أجرى مركز (Ipsos، ٢٠٠٧) دراسة بعنوان: تحليل الإعلام الوطني للتلفزيون الأردني لعام ٢٠٠٧، تم إجراء مقابلات شخصية لعينة قوامها (٣٥٦١) شخص ممن تزيد أعمارهم عن ١٥ عام موزعين على مختلف محافظات المملكة، وبنسبة ٥١.٥% للذكور، و ٤٨.٥% للإناث، وكانت المقابلات تتم فقط في منازل أفراد العينة، وهدفت الدراسة إلى قياس عادات مشاهدة التلفزيون الأردني لتزويد شركات الإعلان بأوقات الذروة التي يكون فيها أعلى نسبة مشاهدة.

وأظهرت نتائج الدراسة أن أعلى نسبة مشاهدة كانت ما بين الساعة الثامنة والعاشر مساءً أي فترة السهرة، وبلغت النسبة بحدود ٤٥% من أفراد العينة يشاهدوا التلفزيون الأردني في هذه الفترة، لمدة لا تقل عن خمس دقائق يومياً، وكانت نسبة مشاهدة للذكور أعلى من الإناث في الفترة ما بين الساعة الثامنة والثانية عشر ليلاً، فكانت النسبة للذكور هي ٤٥% وللإناث ٤٠%، بينما تزيد النسبة لدى الإناث في الفترة الصباحية، وكذلك الظهيرة والممتدة من الساعة السابعة صباحاً ولغاية السابعة والنصف مساءً، فكانت أعلى نسبة للذكور في هذه الفترة ٤٥% أمل الإناث ٣٥%، وبالنسبة لمتغير العمر، فكانت أعلى نسبة مشاهدة لأفراد العينة التي تزيد أعمارهم عن ٤٥ سنة وكانت نسبة المشاهد لديهم بحدود ٦٠% وفي الفترة ما بين الثامنة والثامنة والنصف مساءً.

٤- أجرى (منصور، تحسين، ٢٠٠٧) دراسة بعنوان: المراهقون الاردنيون والفضائيات الغنائية

العربية، طبقت هذه الدراسة على (٢٠٠) مفردة من المراهقين والمراهقات، كانت ابرز النتائج :

١- نسبة مشاهدة القنوات الغنائية العربية مرتفعة لاقل من ساعة يشاهدها ٤٧,٧% من

الجنسين (٥٨,٧% للذكور و ٣٦,٢% اناث).

٢- نسبة مشاهدة الفضائيات الغنائية لفئة ساعة و اقل من ساعتين متوسطة اذ يشاهدها ٢٩% من

العينة (٢٩,٣% ذكور و ٢٦,٧% اناث).

٣- يفضل الذكور المنزل لمشاهدة الاغاني المصورة بنسبة ٨٢,٦% اما الاناث بنسبة ٩٢,٢%.

٥- أجرى (الحديد، علي، ٢٠٠٦) دراسة بعنوان: دور التلفزيون الأردني في تشكيل منظومة

القيم لدى طلاب الجامعات الأردنية، حيث هدفت الدراسة الى معرفة دور التلفزيون الأردني في

تشكيل منظومة القيم لدى طلبة الجامعات الأردني على عينة مكونة من (١٠٥٢) طالباً وطالبة.



وخلصت الدراسة الى وجود دور إيجابي للتلفزيون الأردني في تشكيل منظومة القيم لدى طلاب الجامعات الأردنية، وبلغت أعلى معدلات للمتوسطات الحسابية والإنحرافات المعيارية لمجاميع القيم المشكلة لدى طلاب الجامعات الأردنية مرتبة كالتالي: قيم العمل الجماعي، القيم الجمالية، القيم الاجتماعية، القيم النظرية، القيم الدينية.

وبينت الدراسة أن منظومة القيم المشكلة من خلال التلفزيون الأردني لدى الإناث أعلى منها عند الذكور، وطلبة أبناء القرى أعلى منها عند طلبة أبناء البادية، وكانت في أدنى تأثيرها عند أبناء المدن نتيجة لوجود مؤثرات أخرى ناتجة عن انتشار الانترنت.

٦- أجرى (الخرزاعي، حسين عمر، ٢٠٠٥) دراسة بعنوان (دور التلفزيون الاردني في تنمية الوعي الصحي) دراسة سيولوجية لعينة من محافظة مأدبا.

تهدف هذه الدراسة الى الكشف عن مدى استفادة افراد الجمهور الاردني من البرامج الصحية التي يبثها التلفزيون لرفع مستوى الوعي الصحي، وقد طبقت الدراسة على عينة عشوائية قوامها (٤٣٥) أسر موزعة على (الحضر، الريف، البادية) وكانت ابرز النتائج:

- ١- اكثر من ثلثي افراد العينة يشاهدون التلفزيون بصفة دائمة واكثر من ثلاثة ارباعهم يستفيدون من البرامج الصحية التلفزيونية .
- ٢- اهم الممارسات الصحية التي تعلمها الجمهور من البرامج الصحية تمثلت في اتباع ارشادات الاطباء واستعمال الادوية وحفظها.
- ٣- تبين ان اهتمام المواطنين يختلف حسب المنطقة الجغرافية اذ ان المجتمع الحضري يفضل متابعة موضوعات الامراض الجلدية والتجميل، اما المجتمع الريفي فيفضل متابعة موضوعات العقم وامراض النساء، اما المجتمع البدوي يفضل موضوعات العقم والتدخين والسرطان.

٧-أجرى (معهد التسويق واستطلاعات الرأي، ٢٠٠٤) ( Institute of Marketing )

Usage Attitude and Satisfaction of Radio and : دراسة بعنوان (and Polls

TV Viewers ، استخدامات واتجاهات ومدى رضا الجمهور من المستمعين والمشاهدين

لبرامج الإذاعة والتلفزيون، حيث أجريت الدراسة على عينة قوامها (٨٢٤٤) مفردة من الذكور

والإناث من المجتمع الروماني وكانت أعمارهم بين ١٥ سنة فما فوق، وأظهرت نتائج

الدراسة أن ٩٢.١% من أفراد العينة يشاهدون التلفزيون، وأن ٧٠% منهم يشاهدونه يومياً،

وأن أفراد العينة يشاهدون التلفزيون بمعدل ٣.٧٥ ساعة يومياً وهذا اعلى من المعدل

الأوروبي والبالغ ٣.٤٣ ساعة يومياً، واليونان ٣.٨٨ ساعة يومياً، وبريطانيا ٣.٧٢ ساعة

يومياً، وإيطاليا ٣.٦٦ ساعة، واسبانيا ٣.٥٥ ساعة يومياً. وأظهرت النتائج أن أعلى مشاهدة

تكون ما بين الساعة السابعة والعاشر ليلاً، وقد جاءت البرامج الإخبارية على قائمة البرامج

المفضلة، تليها البرامج الترفيهية ثم الأفلام، حيث يشاهد الأخبار ٩٥% من أفراد العينة،

والوقت المفضل لمشاهدة الأخبار هو ما بين السابعة والثامنة مساءً، أما البرامج الترفيهية

فيشاهدها ٨٩% من أفراد العينة، وجاءت الأفلام المرتبة الثالثة من حيث الأفضلية لدى

المشاهدين بنسبة ٨٦%.

٨- أجرى (القضاة، محمد فلاح، ٢٠٠٤) دراسة بعنوان (البرامج المحلية في التلفزيون الاردني)،

دراسة ميدانية من وجهة نظر طلبة الجامعة الاردنية.

هدفت الدراسة الى التعرف على المشكلات التي تواجه البرامج المحلية للتلفزيون الاردني

والمساهمة في تطوير خطته البرمجية وزيادة فاعليته واستقطابه للمشاهدين.

توصلت الدراسة الى عدد من النتائج من اهمها:

ان ذوي الدخل الشهري (٤٠١ فاكتر) تشكل اعلى نسبة بلغت (٣٣,٧%)، وذوي الدخل (٣٠١ - ٤٠٠) بلغت (٢٤,٤%)، ظهر ان نسبة امتلاك الصحون الاقطة بلغت (٩١,٤%)، وان (٦٠%) من افراد العينة يملكون اجهزة فيديو، وانها تحتوي على عنصري الاثارة والتشويق (٩١,٤%) وان هذه البرامج تبعد عن الاطالة والملل (٨٥,٦).

٩- أجرى (الدواوسة، سلاح، ٢٠٠٢) دراسة بعنوان: استخدامات الجمهور الفلسطيني للقنوات الفضائية العربية والإشباع المتحققة، حيث أجريت الدراسة على عينة عشوائية طبقية قوامها (٤٠٠) مفردة من قطاع غزة، وتوصلت الدراسة إلى أن ٩٥% من عينة الدراسة يمتلكون جهاز استقبال القنوات الفضائية، ويشاهد ٧٥.٢% منهم القنوات الفضائية العربية بشكل منتظم، ويشاهدها أحياناً ٢٤.٨%، وأن من أهم دوافع المشاهدة لدى المبحوثين للقنوات الفضائية العربية هو متابعة الأخبار والأحداث العالمية بنسبة ٦٩.٣%، وتتعرض للقنوات الفضائية الفلسطينية بشكل أعمق بنسبة ٤٨.٢%، وتساعد في معرفة ثقافة الشعوب الأخرى ما نسبته ٣٩%، وتزيد المعلومات والخبرات لدى ٣٧% من العينة، وتعكس الأحوال الفلسطينية لدى ٣٠%، كذلك أظهرت الدراسة إلى أن أهم القنوات الفضائية العربية التي تحرص عينة الدراسة على متابعتها هي: الجزيرة بنسبة ٧٥.١١%، أبو ظبي ٦٧.٣%، MBC ٥٣.٣%، الفضائية المصرية ٥٢.٥%، المنار ٤٢.٣% LBC ٣٦.٨%.

١٠- أجرت (شاهين، هبة، ٢٠٠١) دراسة بعنوان: استخدامات الجمهور المصري للقنوات الفضائية حيث طبقت الدراسة على عينة حصرية قوامها (٤٠٠) مفردة من المصريين البالغين في محافظة القاهرة، وتوصلت الدراسة إلى أن ٥٠.٢% من أفراد الأسرة تشاهد القنوات الفضائية دائماً، بينما يشاهدها أحياناً لوحده ٤٩.٣% ويشاهدها ٥٥.٨% مع باقي أفراد الأسرة، وأشارت الدراسة إلى أن أهم فترات المشاهدة هي فترة السهرة حيث بلغت نسبة المشاهدة ٥٨%، وفي فترة

الظهرية ١٤.٣%، والفترة الصباحية أقل فترة بنسبة ٨%، وفيما يتعلق بأهم القنوات التي يفضل أفراد الأسرة مشاهدتها هي: MBC بنسبة بلغت ٤٧.٦٩% والجزيرة و LBC بنسبة ٣٦.٦٩% والقناة الفضائية المصرية بنسبة ٣٦.١٨%.

وتتمثل أوجه الاستفادة من مشاهدة القنوات الفضائية العربية في معرفة الأخبار في العالم والأحداث المهمة بنسبة ٦٩.٢%، ومعرفة ثقافات جديدة والانفتاح على العالم بنسبة ٤٥.٨%، والتخلص من الملل والتسلية بنسبة ٤١.٣%، والقدرة على فهم الواقع بنسبة ٣٢.٤%، والقدرة على الحوار مع الآخرين بنسبة ٢١.١%، وتعلم مهارات جديدة بنسبة ١٥.٥%، والاستفادة في مجال العمل بنسبة ١٣.٤%، والاندماج مع الشخصيات التي أشاهدها بنسبة ١٢.١%.

١١- أجرى (الغواص، عامر سعيد، ٢٠٠١) دراسة بعنوان: استخدامات الطفل العماني لبرامج الأطفال التلفزيونية، حيث هدفت الدراسة إلى التعرف على الأهداف التي تركز عليها برامج الأطفال التلفزيونية والقيم التي تعكسها، والتعرف على دوافع تعرض الطفل العماني لبرامج الأطفال التلفزيونية والإشباع المتحققة من هذا التعرض، واعتمدت الدراسة على منهج المسح، بغرض مسح برامج الأطفال التي يقدمها التلفزيون العماني من خلال عينة تمثل هذا المضمون، كما استخدمت الدراسة منهج المسح للتعرف على أنماط تعرض عينة في سلطنة عمان لهذه البرامج، واختارت الدراسة برامج تلفزيون سلطنة عمان خلال شهر يونيو ١٩٩٩، كعينة للبرامج التي تم اختيارها بأسلوب الحصر الشامل، كما تم اختيار عينة عشوائية متعددة المراحل من الأطفال العمانيين من ٩-١٢ سنة قوامها ٢٠٠ طفل من محافظة ظفار، وجاءت نسبة تمثيل الأطفال في سن ٩ سنوات بنسبة ٢١% والأطفال في

سن ١ بنسبة ٢٠.٣% والأطفال في سن ١١ بنسبة ٢٢.٣% والأطفال في سن ١٢ بنسبة ٢٦.٢%.

وتوصلت الدراسة إلى أن ٩٧.٧% من أطفال العينة يشاهدون التلفزيون، مقابل ٢.٣% لا يشاهدونه، وجاءت دوافع التسلية والترفيه في مقدمة دوافع المشاهدة عند الطفل العماني للتلفزيون بنسبة ٦٨.٣%، تلاه عرض التلفزيون لأشياء يحبها الأطفال بنسبة ٦٣.٥%، ثم الاستفادة من المعلومات المقدمة بنسبة ٥٤.٣% ومعرفة الأخبار بنسبة ٩.٣%.

وأن ٦٠.٨% من الأطفال من حجم العينة يفضل متابعة برامج الأطفال في فترة الظهيرة، تليها الفترة المسائية بنسبة ١٩.٨%، ثم الصباحية بنسبة ١٩.٣%، وان ٦٤.٢% من حجم العينة يستفيد بتعلم سلوكيات جديدة من هذه البرامج، بينما يستفيد ٥٧.٣% معرفة معلومات عن الوطن، وأن ٥٤.٩% يستفيدون في تنمية بعض الهوايات، ومعرفة السلوكيات الضارة بنسبة ٥٢.٤%، وأن ٤٠.٣% يتعرضون للتلفزيون بهدف التسلية وقضاء وقت الفراغ، ومعرفة معلومات شخصية عن رموز وطنية بنسبة ٢٢.٦%.

١٢- أجرت (مرزوق، دينا يحيى، ١٩٩٩) دراسة بعنوان: استخدامات جمهور القاهرة

لبرامج الفترة الصباحية والإشباع التي تحققها حيث استهدفت الباحثة استخدامات جمهور القاهرة الكبرى لبرامج الفترة الصباحية من الساعة السابعة إلى الساعة العاشرة صباحاً في كل من: القناة الأولى بالتلفزيون، والشبكة الرئيسية بالراديو، وتحديد دوافع المشاهدة والاستماع لكل من الوسيطتين، ومعدل التعرض لكل منهما ونوع الإشباع المتحققة، واستخدمت الباحثة تحليل المضمون لعينة من البرامج الصباحية بكل من القناة الأولى بالتلفزيون (لبرنامج صباح الخير يا مصر)، والشبكة الرئيسية بالإذاعة (إذاعة البرنامج العام لمدة شهر من ٢١٩٩٧/١٤ -

١٤/٣/١٩٩٧، بالإضافة إلى دراسة ميدانية مسحية على عينة عمدية قوامها (٤٠٠) مبحوثاً.

وكان من أبرز نتائج الدراسة ما يلي :

- يفضل ٦٢% من المبحوثين مشاهدة التلفزيون، ويفضل ٣٨% الاستماع للإذاعة.

- بلغ معدل الاستماع للراديو (٩٤) دقيقة في اليوم، بينما بلغ معدل مشاهدة التلفزيون

(٨٥) دقيقة، وقد فاق معدل المشاهدة في الحضر مثيله في الريف، بينما فاق معدل

الاستماع في الريف مثيله في الحضر، وقد صدر ترتيب دوافع المشاهدة و الاستماع بحسب

شدتها، دوافع المعرفة وبلغت شدتها ٦٧% في حالة المشاهدة، و ٥٩.٢% في حالة

الاستماع، وجاء في الترتيب الثاني دوافع الاهتمام الشخصي حيث بلغت شدته في الاستماع

٢.٣٩%، وفي المشاهدة ٢.٢٥%، وفي الترتيب الثالث بين دوافع الاستماع الترفيه

والتسلية وبلغت شدته ٢%.

١٣- أجرى (زيادات، عادل، ١٩٩٧) دراسة بعنوان (عادات وانماط التعرض للقنوات

التلفزيونية الفضائية في الاردن وانعكاس هذه المشاهدات على مشاهدي برامج التلفزيون

الاردني).

قوام العينة ١٨٦ مفردة وبرز النتائج التي توصلت اليها الدراسة هي:

١-هم ثلاثا أسباب ادت الى عزوف بعض افراد عينة البحث عن مشاهدة برامج التلفزيون

الاردني هي قدم البرامج وتكرارها للذكور بنسبة (٧٨%) وللاتانث (٩٦%).

٢-ان البرامج مملّة وغير مسلية بنسبة (٨٥,٥%) للذكور و (٩٦%) للاتانث. ٣-ضعف

مستوى البرامج بنسبة (٢٩,٣%) للذكور و (٢٤%) للاتانث.

١٤- أجرى (مكاوي، حسن عماد، ١٩٩٢) دراسة بعنوان : استخدامات التلفزيون وإشباعاته في

سلطنة عمان، حيث استخدم الباحث المنهج المسحي العشوائي لعينة عشوائية قوامها (٣٩٩)

طالباً وطالبةً من خلال استمارة الاستقصاء، وذلك بهدف التعرف على طبيعة استخدام طلبة الجامعة للتلفزيون، ومدى الإشباع الذي يتحقق لهم نتيجة هذا الاستخدام، وتوصلت الدراسة إلى النتائج التالية:

جاءت نشرات الأخبار والبرامج الإخبارية في المرتبة الأولى من حيث نوعية المحتوى الذي يتعرض له المبحوثين، وقد تمثلت أهم دوافع تعرض الطلبة للتلفزيون في الحاجة إلى الاسترخاء والترفيه، والرغبة في الإلمام بما يحدث في العالم، شغل وقت الفراغ والتخلص من الملل، الرغبة في التعلم، معرفة الموضوعات التي تقع في دائرة الاهتمام الفردي، الهروب ونسيان المشكلات، الرغبة في معرفة الموضوعات التي تصلح للنقاش وقد حقق الطلبة العديد من الإشباعات أهمها الإلمام بخلفيات الأحداث، التخلص من الملل، التمكن المعرفي من بعض الموضوعات، والشعور بالمتعة، وتجديد النشاط، والقدرة على إدارة النقاش وتوجيهه، والشعور بالأمان والتميز عن الآخرين

١٥- أجرت ( ستانفورد وبيستي، ١٩٨٤ ) (Serenca Stanford & Riccomini Besty)

دراسة بعنوان: ارتباط الجمهور ببرامج التلفزيون والإشباعات المطلوب تحقيقها، حيث أجريت

الدراسة على عينة من طلاب قسم الإعلام قوامها ١٥٩ طالباً وطالبةً، وأظهرت النتائج أن الطلاب يحصلون على إشباعات عديدة منها الحصول على المعلومات والتسلية من مشاهدة البرامج التلفزيونية المتنوعة، حيث يستمتع الطلاب بمشاهدتهم البرامج التي تتضمن معلومات تحتوي على قدر من التسلية، ويخططون لمشاهدتها من خلال اختيارها من الخريطة البرمجية ومتابعتها، وذلك يؤكد مبدأ "الجمهور النشط" في مدخل الاستخدامات والإشباعات، ولقد بينت

الدراسة الملامح العامة لعادات التعرض للقنوات الفضائية والإشباعات المتحققة منها لدى عينة من الجمهور.

استخلصت الباحثة من خلالها هذه الدراسات عدة مؤشرات على النحو التالي:

١. ما قدمته الدراسات من مفاهيم عن برامج التلفزيون والنظريات المفسرة لدور تلك البرامج في التأثير على الجمهور.

٢. الاستفادة في تحديد متغيرات الدراسة.

٣. الاستفادة من الجوانب المنهجية للدراسات الميدانية والاساليب المستخدمة لقياس المتغيرات واستخدام الاساليب الاحصائية لاستخراج النتائج.

#### • التعليق على الدراسات السابقة :

من خلال إستعراض الباحثة للدراسات السابقة وما توصلت إليه من نتائج وتوصيات تتعلق بالإشباعات التي تتحقق للجمهور من برامج التلفزيون، فإن الباحثة لاحظت أن :  
برنامج يوم جديد يفتقر للدراسات وقد تاكد ذلك بعد قيام الباحثة بعدة عمليات بحث في شتى الوسائل.

وبشكل عام فإن الباحثة قد إستفادت من تلك الدراسات في بلورة المشكلة البحثية للدراسة وصياغتها بأسلوب علمي، والتحديد الدقيق للأهداف التي تسعى الدراسة إلى تحقيقها، وكذلك صياغة التساؤلات والفروض، فضلاً عن تحديد المنهج والعينة وأدوات جمع البيانات المناسبة لطبيعة موضوع الدراسة الحالية، والطرق الإحصائية المتبعة في تفسير النتائج.



## • مفاهيم الدراسة :

### • التلفزيون:

ورد في معجم المصطلحات الإعلامية تعريف التلفزيون بأنه : " وسيلة من وسائل الاتصال التي تعتمد على الصوت والصورة في آن واحد"، وكلمة (Television) مكونة من كلمتين هما: Tele ومعناها بعيد، و Vision ومعناها رؤية أي نقل الصور من بعيد<sup>1</sup>

### • التلفزيون الأردني:

هو تلفزيون دولة تعبر عن ضمير الوطن وهويته وتطلعات افراد المجتمع ويعمل على نقل وجهات النظر الاردنية الى العالم<sup>2</sup>

### • البرامج التلفزيونية:

يقصد بها البرامج التي يقدمها التلفزيون الأردني على اختلاف نوعها ومنها، الثقافية، الدينية، السياسية، الاقتصادية، الترفيهية، الطبية، التعليمية، الرياضية.

### • المشاهدة التلفزيونية:

٤- تُعرّف المشاهدة التلفزيونية، " بأنها ذلك الوقت المخصص لمتابعة البرامج التلفزيونية من أجل ملء وقت الفراغ وذلك بهدف تلبية وإشباع رغبات مختلفة كالترفيه، التعليم،

---

1 محمد شطاح، الإعلام في التلفزيون - نشرات الأخبار - المحتوى والجمهور، (الجزائر، دار الكتاب الحديث، ٢٠٠٧)، ص ١٢.

2 نصار، مرجع سابق، ص ٢٧٧،

التتقيف<sup>1</sup>. وبعبارة أخرى فإنّ المشاهدة التلفزيونية تمثل نقطة البدء لعمليات التفاعل بين الجمهور كأفراد ورسائل القائمين بالاتصال كمرسلين؛ وهي ذلك التعرض الإعلامي الذي يتمثل في استقبال الجمهور للخطاب الإعلامي من خلال وسائل الاتصال الجماهيرية، لكن هذا التعرض تتحكم فيه عدة عوامل، وهذا ما بينته الدراسات في هذا المجال، ومن بين هذه العوامل نجد العوامل الديمغرافية والاجتماعية، كارتباط هذا التعرض بالجنس والعمر والمهنة والمستوى التعليمي والاجتماعي والاقتصادي، فتكرار واستمرار التعرض للبرامج التلفزيونية يطلق عليها عادات المشاهدة التي لا يمكن أن يستغني عنها الجمهور بعد إدمانه على برنامج معين، إذ تتميز هذه الأخيرة (المشاهدة التلفزيونية) بالانفتاح (openess)، وذلك من خلال إتاحتها للمثيرات السمعية والبصرية المزيد من سهولة الوصول المباشر إلى الدماغ.

#### • الأثر:

يُعرّفُ الأثر بأنه: " علاقة تفاعلية بين أفراد الجمهور ووسائل الإعلام<sup>2</sup> إذ أن جوهر هذه العلاقة لا يتمثل في التأثير الحتمي (الخطي) على سلوكيات واتجاهات المتلقي؛ وإنما المتلقي يتفاعل مع هذه الرسائل انطلاقاً من خصائصه ومكوناته النفسية والاجتماعية والاقتصادية والثقافية المختلفة، وهذا حسب الحاجيات والرغبات التي تشبعها له هذه الرسائل، ففي الإطار العلمي لآثار وسائل الإعلام الجماهيرية عند المتلقين، فإنّ مفهوم الأثر قد تم تحديده من طرف الباحثين على أنه تغيير الآراء والاتجاهات وتعديل سلوكيات المتلقين؛ وهو يعني ذلك التغيير الذي يطرأ على

---

1 عاطف عدلي العبد، الاتصال والرأي العام، (القاهرة، دار الفكر العربي، 1993)، ص 165.  
2 السعيد بومعيرة، أثر وسائل الإعلام على القيم والسلوكيات لدى الشباب: دراسة استطلاعية بمنطقة البلدية، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه دولة في علوم الإعلام والاتصال، قسم علوم الإعلام.

سلوك مستقبل الرسالة الإعلامية، فقد تألفت انتباهه ويدركها و يتعلم منها شيئاً، أو أنه قد يغير من اتجاهه ويكوّن اتجاهها جديداً، أو يعدل من سلوكه القديم، أو أنه لا يولي أي اهتمام بها. فالأثر، إذاً، هو نتيجة الاتصال وهو يقع على المرسل والمتلقي على السواء.

© Arabic Digital Library-Yarmouk University

## • تساؤلات الدراسة :

في ضوء أهداف الدراسة وما استعرضناه من دراسات السابقة والمدخل النظري للدراسة يمكن وضع مجموعة من التساؤلات التي تسعى الدراسة للإجابة عليها ألا وهي:

١. ما حجم مشاهدة الجمهور لبرنامج يوم جديد؟
٢. ما عادات وانماط مشاهدة الجمهور لبرنامج يوم جديد؟
٣. ما متوسط الوقت الذي يقضيه الجمهور في متابعة برنامج يوم جديد؟
٤. ما الفقرات المفضلة لدى الجمهور في برنامج يوم جديد؟
٥. ما مدى رضى الجمهور عن ما يقدمه برنامج يوم جديد؟
٦. ما درجة متابعة الجمهور لفقرات برنامج يوم جديد؟
٧. ما هي دوافع الجمهور لمتابعة برنامج يوم جديد؟
٨. ما هي الحاجات التي يسعى الجمهور لإشباعها من خلال التعرض لبرنامج يوم جديد؟
٩. ما نسبة المعالجة التي يقدمها برنامج يوم جديد للقضايا المحلية في المجتمع الاردني؟
١٠. ما السلبيات التي تشوب برنامج يوم جديد؟

## • فروض الدراسة :

١. توجد فروق ذات دلالة احصائية في متابعة افراد العينة برنامج يوم جديد تعزى الى متغيراتهم الديمغرافية(النوع،المهنة،العمر،المستوى التعليمي،المستوى الاقتصادي).

٢. توجد علاقة ذات دلالة احصائية بين كثافة مشاهدة برنامج يوم جديد وبين درجة الرضى مفردات العينة عنه.

٣. توجد علاقة ذات دلالة احصائية بين كثافة المشاهدة وبين اتجاهات المشاهدين نحو برنامج يوم جديد.

٤. لا توجد فروق ذات دلالة احصائية في الدوافع التوعودية التي تحققها مشاهدة برنامج يوم جديد تعزى للمتغيرات الديمغرافية(النوع،المهنة،العمر،المستوى التعليمي،المستوى الاقتصادي).

٥. توجد فروق ذات دلالة احصائية في الدوافع النفعية التي تحققها مشاهدة برنامج يوم جديد تعزى للمتغيرات الديمغرافية(النوع،المهنة،العمر،المستوى التعليمي،المستوى الاقتصادي).

٦. توجد فروق ذات دلالة احصائية في الاشباع التوعودية التي تتحقق لعينة الدراسة لمشاهدة برنامج يوم جديد تعزى الى المتغيرات الديمغرافية(النوع،المهنة،العمر،المستوى التعليمي،المستوى الاقتصادي).

٧. توجد فروق ذات دلالة احصائية في الاشباعات النفعية التي تتحقق لعينة الدراسة لمشاهدة برنامج يوم جديد تغزى الى المتغيرات الديمغرافية(النوع، المهنة، العمر، المستوى التعليمي، المستوى الاقتصادي).

## • نوع الدراسة ومنهجها :

تعتبر هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التحليلية، وفي إطار ذلك تستخدم الباحثة منهج المسح بالعينة، ولما كان الهدف الأساسي للدراسات الوصفية تصوير وتحليل وتقويم خصائص ظاهرة أو مجموعة من الظواهر، فإن أهم منهج تعتمد عليه في تحقيق هذا الهدف هو المنهج المسحي، الذي يعتبر جهداً علمياً منظماً للحصول على بيانات ومعلومات وأوصاف عن الظاهرة أو مجموعة الظواهر موضوع البحث من المفردات المكونة للمجتمع ولفترة زمنية كافية للدراسة، من أجل تكوين قاعدة أساسية من البيانات والمعلومات المطلوبة في مجال تخصص معين أو تحديد كفاءة الأوضاع القائمة عن طريق مقارنة المعلومات التي تم الحصول عليها بمستويات أو معايير قياسية سبق اختيارها وإعدادها، أو التعرف على الطرق والأساليب والممارسات التي اتبعت لمواجهة مشكلات معينة أو استخدام هذه البيانات الشاملة في رسم السياسات ووضع الخطط على أساس من الاستيعاب الكامل لجوانب الموقف، وهي البحوث التي تركز على وصف وسمات وخصائص مجتمع معين أو جماعة ما، وتكرارات حدوث الظواهر المختلفة<sup>1</sup>

1 سمير حسين، بحوث الإعلام، (القاهرة، الأسس والمبادئ، ١٩٧٦)، ص ١١٤.

واتجهت معظم البحوث الوصفية إلى استخدام الأساليب الكمية في التعبير عن البيانات والنتائج الخاصة بها استناداً إلى وحدات قياس يمكن عدها والاعتماد على الطرق الإحصائية في تبويب البيانات وجدولتها وتحليلها واستخراج النتائج<sup>1</sup>.

وتعرف الدراسات المسحية والمنهج المسحي على أنه : " الدراسة التي تجمع المعلومات من خلال طرح الأسئلة على الجمهور .

ومنهج المسح من أبرز المناهج المستخدمة في مجال الدراسات الإعلامية للتعرف على الخصائص الأساسية والسمات العامة للجمهور من حيث السن والجنس ومستوى التعليم والمهنة والسكن، وهي التي يتميز بها جمهور المشاهدين حتى تتمكن الوسيلة الإعلامية من تقديم المادة الإعلامية التي تتناسب مع نوعيات هذا الجمهور أو تحاول إجراء بعض التعديلات المناسبة<sup>2</sup>.

---

1 محمد الحيزان، البحوث الإعلامية أسسها - أساليبها - مجالاتها، (الرياض، مطبعة سفير

الرياض، ٢٠٠١)، ص ٢٠.

2 الحيزان، المرجع السابق، ص ٧٨.

## مجتمع الدراسة وعينتها :

يتكون مجتمع الدراسة من الجمهور الاردني الذي يشاهد برنامج "يوم جديد" من محافظة اربد وهي ثاني أكبر مدينة في الأردن، و بها تشكيلة سكانية من شتي مناطق المملكة بحكم ما بها من جامعات ( جامعة اليرموك، جامعة العلوم والتكنولوجيا، جامعة إربد الأهلية، جامعة جدارا) وما بها من مدينة صناعية كبرى، كما أنها تعد المركز التجاري الرئيس في شمال الأردن، وتم اختيار العينة منها بالطريقة العشوائية الطبقية حيث تم تقسيم العينة الى طبقتين ذكور وإناث وتم اختيار (٢٠٠) مفردة من كل طبقة عبر الطريقة العشوائية البسيطة للمبحوثين الذين لا تقل أعمارهم عن (١٨) عاما وسوف نعرض عينة الدراسة بالتفصيل عند إستعراض النتائج التي إنتهت إليها الدراسة في الباب الثاني.



# الباب الأول

## الإطار النظري للدراسة

### التلفزيون

مدخل .

الفصل الأول : التلفزيون (مفهومه، تطوره، خصائصه، وظائفه).

الفصل الثاني : التلفزيون الاردني (نشأته، تطوره، برامجه).

الفصل الثالث : إستخدامات المشاهد لبرامج التلفزيون وتأثيراتها.

## مدخل

أحدث التلفزيون ثورة معرفية وثقافية هائلة في العالم ككل، ومن أهم التغيرات التي طرأت على المجتمعات العربية هي تلك التطورات التكنولوجية الهائلة في مجال الاعلام الفضائي، مما أسفر عن الانتشار الواسع للقنوات الفضائية العربية وإزدهام خريطة البث الفضائي بكم هائل من القنوات التي تعددت برامجها وساعات إرسالها.

وعلى ضوء ذلك؛ يمكن تقسيم هذا الباب إلى ثلاث فصول هي :

- الفصل الأول : التلفزيون (مفهومه، تطوره، خصائصه، وظائفه).
- الفصل الثاني: التلفزيون الاردني (نشأته، تطوره، برامجه).
- الفصل الثالث: إستخدامات المشاهد لبرامج التلفزيون وتأثيراتها.

# الفصل الاول

## التلفزيون (مفهومه، تطوره، خصائصه، وظائفه)

- المبحث الاول: نشأة التلفزيون وتطوره في العالم.

- المبحث الثاني: خصائص التلفزيون ومزاياه .

- المبحث الثالث: وظائف التلفزيون.

## المبحث الأول :

### تطور التلفزيون في العالم

ويتكون هذا المبحث من متطلبين وهما :

١. مفهوم التلفزيون

٢. نشأة و تطور التلفزيون وتطوره

المطلب الأول :

#### مفهوم التلفزيون

يمكن تعريف النظام التلفزيوني بأنه : طريقة إرسال واستقبال الصورة المرئية المتحركة بأكبر قدر ممكن من الأمانة من مكان إلى آخر، يعيد بوساطة موجات الراديو الكهرومغناطيسية، وكذلك يرسل الصوت المصاحب للمنظر بالطريقة نفسها حيث تحصل في جهاز الاستقبال على برنامج متكامل بصرياً وسمعياً<sup>١</sup>.

ويعد التلفزيون من أكثر وسائل الاتصال قدرة على استقطاب انتباه الجمهور فهو يقدم المعرفة والخبر والثقافة والترفيه، يمتاز بسهولة وخص اقتصائه ومجانية الاستقبال وخص ومجانية ما

---

1 أمل دكاك، دور التلفزيون في تنشئة الأطفال سياسياً، (دمشق، منشورات وزارة الإعلام، ١٩٩١)، ص ٩٨.

يقدمه من برامج. وفي عصرنا الحالي أصبح التلفزيون من أهم وسائل الاتصال الجماهيري من حيث الوظائف والأهداف وبسبب زيادة خصائصه ومزاياه التكنولوجية والفنية، مما كان له الدور في التأثير على القدرة في تلبية حاجات وإشباع الجمهور، والتأثير في قيمهم وسلوكياتهم وعاداتهم.

### المطلب الثاني:

#### نشأة و تطور التلفزيون

ظهرت فكرة الصورة في بدايتها الاولى عندما اكتشف العالم (جوزيف ماي) عنصرا يختص بتحويل القوة الكهربائية الى صورة، حيث توالت جهود العلماء لتطوير اختراعه، قام (جون بيرد) ببلورة فكرة (ماي) وطبقها على ارض الواقع عندما توصل الى اول تصميم علمي للتلفزيون الميكانيكي، ولكن الصورة لم تكن واضحة على شاشته<sup>1</sup>.

وتوالت التجارب عقب ذلك في هذا المجال بدءا من عام ١٩٣٥ حيث عرف الالمان خدمة الارسال التلفزيوني للمرة الاولى واستطاعت فرنسا ان تدشن اول ارسال تلفزيوني منتظم من برج ايفل عام ١٩٣٩، قامت بعدها حكومة فيشي التابعة للالمان بمنح حق امتلاك وتطوير وسائل الاعلام المرئي للقطاع الفرنسي الخاص، وهو ما ابطلته الدولة الفرنسية بعد انتهاء الحرب<sup>٢</sup>.

---

1 عبدالفتاح ابو معال، اثر وسائل الاعلام على الطفل، (عمان، دار الشروق، الطبعة الاولى، ٢٠٠٠)، ص ٣٩.

وقد وظف السوفييات ريادتهم في مجال الفضاء في الارسال عبر الاقمار الاصطناعية لتصبح محطة موسكو من بين اوائل المحطات التلفزيونية في العالم التي بثت برامجها فضائيا الى العالم<sup>1</sup>.

واخذت صناعة التلفزيون تزداد تطورا حيث بدأ البث المنتظم في بريطانيا عام ١٩٣٦، وفي عام ١٩٤٥ ازدهر بناء المحطات التلفزيونية في بعض الدول الاوروبية وفي الولايات المتحدة، اما اليابان فبعود تاريخ بثها التلفزيوني التجريبي الى عام ١٩٣٩ الا ان الولايات المتحدة كانت مصدر للجزء الاعظم من المواد المعروضة على الشاشة الصغيرة منذ بداية الستينات<sup>2</sup>.

ولعل تأثير التلفزيون على المشاهدين نابع عن سيطرته على اهم حاستين من حواس الانسان واشدهما اتصالا بما يجري في نفسه من مشاعر وافكار، وهما حاستا السمع والبصر فهو يعرض برامج بصورة محببة للنفس ويمتد ليشمل كل افراد المجتمع وطبقاته على اختلاف الاعمار والوظائف والجنسيات<sup>3</sup>.

## المبحث الثاني :

### خصائص التلفزيون ومزاياه

يعد التلفزيون من أهم التطورات التكنولوجية في مجال وسائل الاتصال، فعن طريقه نستطيع أن نرى ونسمع الأحداث والأخبار لحظة بلحظة، ونستطيع أن نختار البرامج التي نشاهدها، ونتعرف

---

1 مرجع سابق WWW.WIKIPEDIA.ORG

2 امل دكاك، مرجع سابق، ص ٩٨.

3 عبدالرزاق محمد الدليمي، عولمة التلفزيون، (عمان، دار جرير للنشر والتوزيع، ٢٠٠٥)، ص ٢٧.

على الدول والشعوب الأخرى ونحن في منزلنا، وتكمن قوة التلفزيون في قدرته على عرض الواقع بصورة أقرب، ويتميز بقدرته على تقديم وعرض الأمور بوضوح، ولأجل ذلك فإن التلفزيون يعد النافذة التي يطل منها المشاهد على العالم كله، وبسبب مشابهته للواقع يعد التلفزيون وسيلة مهمة في الإقناع والوصول للأفراد، ويقوم ولبر شرام : " إن التلفزيون يملك جميع الإمكانيات والظروف التي تستطيع أن تأسر انتباه المشاهد وتشجعه على الاستغراق في البرامج<sup>1</sup> وكما أشرنا فإن التلفزيون يجمع بين الصوت والصورة، وكذلك اللون والحركة، فيسيطر على شعور الأفراد وانتباههم، مما يجعله يتفوق ويتقدم على باقي وسائل الاتصال الجماهيري الأخرى لذا فإن التلفزيون يتمتع بعدد من المزايا ومنها:

- ١- الفورية: حيث يمتاز التلفزيون بالفورية التي تزيد من واقعيته فهو يقدم الأخبار من مكانها وفي نفس وقت حصولها، وينقل الأخبار والأحداث في معناها الحقيقي وفي لحظة وقوعها، ويقدم التلفزيون صوراً حالية متحركة تجاوز بالمشاهد حدود الزمان والمكان<sup>٢</sup>.
- ٢- يقوم التلفزيون بتقديم الأحداث والوقائع في صورة متكاملة تعتمد على مشاهدتها على الصوت والصورة والحركة واللون في صورة من الواقع<sup>٣</sup>.
- ٣- الانتشار الكبير في جغرافية العالم للتلفزيون حيث أنه قرب البعيد.
- ٤- يمتاز جمهور التلفزيون باختلاف مستوياته الاجتماعية والعلمية والثقافية والاقتصادية.
- ٥- يمتاز التلفزيون بالقدرة على المزج بين الإقناع والتثقيف والتسلية والترفيه، فهو يجمع بين المحاكاة والسرد.

---

1 ويلبر شرام وآخرون، التلفزيون وأثره في حياة أطفالنا، ترجمة: زكريا سيد حسن، (القاهرة، الدار المصرية للتأليف والترجمة، ١٩٦٥)، ص ٢٠٨.

2 محمد معوض وعبدالعزیز بركات، الخبر الإذاعي والتلفزيوني، (القاهرة، دار الكتاب الحديث، ٢٠٠٠)، ص ٦٤.

3 محمد فححي، صناعة العقل في عشر الشاشة، (عمان، دار العلمية الدولية للنشر، ٢٠٠٢)، ص ٢٣.

٦- إن التلفزيون يقوم على تبسيط عملية الاتصال حيث أنه يربط بين الصورة والكلمة أي أنه ينقل المشهد مباشرة من بالصورة والصوت مما يسهل معنى ذلك المشهد.

٧- للتلفزيون أهمية في تغطية الأحداث ونقلها، وذلك لسرعة وقوة نقلها، مما جعل التلفزيون أحد أهم الوسائل الاتصالية في قدرته على تغطية الأحداث حال وقوعها وتقديمها للمشاهد لتتنقل ما يحدث في أنحاء العالم بلغة بصرية مفهومة لغالبية الجمهور، مما يكون لها التأثير البالغ في نفسية المشاهد من مختلف الثقافات والأجناس والأعمار<sup>١</sup>.

## ومن خصائص التلفزيون:

### ١- الجاذبية:

إن مشاهدة التلفزيون ممارسة ذاتية واجتماعية، رغم أنها تبدو كقرار فردي صميمي يتخذ من داخل الوسط العائلي، والكل يعلم أنه لا يمكن أن يكون إنتاج مضامين التلفزيون بدون تضافر مجموعة من المهن والحرف من مهندسين وكتاب وفنيين، وعليه فالتلفزيون القدرة على جذب الانتباه وتدعو إلى الاستغراق، وهذا شيء يتصل بتركيب الجهاز، فهو يسيطر على العينين والأذنين أي على حاستي السمع والبصر معاً، ويركز انتباه المشاهد على الحركة في مساحة صغيرة في الجهاز، وهذا يؤدي إلى الاستحواذ التام على انتباه المتلقي وكذلك فإن استعمال الألوان أضفى على التلفزيون جاذبية لا تضاهي وتصبح مقاومة إغرائها<sup>٢</sup>.

### ٢- الجمع بين الصوت والصورة والحركة واللون: يعتمد التلفزيون على حاستي السمع

والبصر، فعن طريق حاسة السمع يكتسب الإنسان ثمانية أعشار معلوماته، كما إن استيعاب

1 معوض وعبد العزيز، مرجع سابق، ص ٦٣.

2 شرام وآخرون، مرجع سابق، ص ٢٠٧.



المرء للمعلومات يزداد بنسبة ٣٥% عند استخدام الصوت والصورة في آن واحد وتطول مدة الاحتفاظ بهذه المعلومات عندئذ بنسبة ٥٥%<sup>١</sup>.

فالشيء الذي يميز التلفزيون عن غيره من وسائل الإعلام عرضه للصورة المقتزنة بالصوت والحركة وهذا ما يكسبه إعجاب المشاهدين وتفتهم به، فتلك الألوان والحركات قادرة على شد المشاهد وطرده الملل عنه، إذ أن لكل لون معنى ولكل حركة هدفاً ولكل صورة مغزى، ولولا هذه المميزات مجتمعة لكان التلفزيون أداة فارغة لا تعمل ولا تحظى بالاهتمام والانتشار، واستخدام الألوان زاد من قدرة التلفزيون على الإقناع والتأثير بالمشاهدين. حيث أن الألوان تضيف على الأشياء المعروضة واقعية كما هي في الطبيعة، وتساعد على التفرقة بين الخصائص المميزة للأشياء، وتساعد على التذكر<sup>٢</sup>.

### ٣- الواقعية:

ما يميز التلفزيون قربه من واقع الحياة، بحيث أن أغلب موضوعاته تعالج قضايا من حياتنا وبيئتنا الواقعية ومستوحاة من همومنا اليومية، وتكمن قوة التلفزيون في عرضه الواقع بصورة أقرب إلى الواقعية، فالتلفزيون في حقيقة الأمر لا يعرض صورة للعالم كله بل يصطفيه ويرسمه في جوانب منه.

فكم من المسلسلات والبرامج التي عرضت على شاشة التلفزيون عرضت أحداثاً من الواقع الذي نعيش، وكم هي الشخصيات والكركتيرات التي تم عرضها كانت مستقاة من الواقع، وفي ذلك فإن

1 صالح ذياب هندي، (القاهرة، أثر وسائل الإعلام، ١٩٩٠)، ص ٣٦.

2 يحيى بسيوني، التلفزيون الإسلامي، (الرياض، عالم الكتب، ١٩٧٩)، ص ١٧٤.

التلفزيون يمتلك القدرات الفنية التي تعينه على تحويل الخيال إلى واقع مرئي، وهو يحول

القصص والروايات إلى صور متحركة مشاهدة يملؤها النشاط والحيوية<sup>١</sup>.

#### ٤- الوضوح:

من خصائص التلفزيون أنه يتطلب جهداً أقل لشرح قضية أو نص، حيث يتيح للمشاهد التواصل

المباشر مع الصوت والصورة، فالتلفزيون قدرة هائلة على تقديم دقائق الأمور بوضوح وأنه يقدم

الشخصيات البارزة إلى المشاهد ويتعرف عليها عن كثب، إضافة إلى ذلك فهو ينقل الأحداث

مصورة أياً كان موقعها في أرجاء العالم، لذلك يعتبر التلفزيون المنفذ الذي يطل منه المشاهد

على العالم<sup>٢</sup>

#### ٥- سهولة استخدامه ووصوله إلى أي مكان:

لا يحتاج التلفزيون إلى مهارة في تشغيله، حيث بإمكان الطفل الصغير أن يضغط على

مفتاح التشغيل لينتقل بعدها إلى أي مكان يرغب في مشاهدته، كما أن يمتاز بسهولة وصوله إلى

أي مكان مما يسر وجوده في البيوت بحيث بات كل بيت يملك جهاز أو أكثر، وبات مطلباً

أساسياً من متطلبات الحياة العصرية بسبب سهولة استخدامه وقدرته على الوصول إلى أي مكان

في أي وقت.

1 ابو معال، مرجع سابق ، ص ٤١ .

2 فاضل حنا، التلفزيون - ماله وما عليه ومدى تأثيره في الأطفال، (بيروت، دار المشرق، ٢٠٠٢)، ص ٣٦ .

## المبحث الثالث :

### وظائف التلفزيون

يعد التلفزيون أحد أهم وسائل الاتصال الجماهيري لما يقدمه من برامج تقترن بالمؤثرات الصوتية والألوان، فهو يقوم بوظيفة التريبة الفنية، فقدمت شاشة التلفزيون كافة الفنون ومنها المسرح التلفزيوني والفلم التلفزيوني مما رفع مستوى الأعمال الفنية وبالتالي زاد من إقبال الجمهور لمتابعة هذه الأعمال<sup>1</sup>.

ويقوم التلفزيون بدور تعليمي وتنقيفي، فهو ينقل كما هائلا من المعلومات التي يقدمها للمشاهد، ويجعله قريبا من مشهد الأحداق الجارية وشؤون الساعة. ويقوم التلفزيون بالتسلية والترفيه، ومن خلالها يتخلص الجمهور من الملل وأوقات الفراغ، فيقدم التلفزيون برامج المسابقات وغيرها من البرامج بهدف التعليم والمنافسة والتسلية وللترويح عن الجمهور<sup>2</sup>.

وتعتبر الدراما التلفزيونية لها أهمية خاصة بالنسبة للتلفزيون كجهاز إخباري ترفيهي، حيث من الأسباب المهمة لاقتناء التلفزيون هو الترفيه والتزود بالأخبار، لذلك فإنه من الضروري أن يجمع الخبر التلفزيوني بين الأهمية والترفيه<sup>3</sup>.

---

1 بورتيسكي وآخرون، الصحافة والتلفزيون، ترجمة ابتسام علوان، (بغداد، ١٩٧٨)، ص ٢٥.

2 محمد عبدالقادر، الإعلام والدعاية - نظريات وتجارب، (القاهرة، مكتبة الأنجلو المصرية، ١٩٧٢)، ص ٢٧٨.

3 معوض وعبدالعزيز، مرجع سابق، ص ٧٢.

كما يعتبر التلفزيون من الوسائل الاتصالية القادرة على تغطية الأحداث ومتابعتها ونقلها حال وقوعها وتقديمها للمشاهد في مشاهد متكاملة بلغة بصرية مفهومة للجمهور وتزداد واقعية بلونها الطبيعي وصوتها الأصلي، ولقد أصبح التلفزيون محط أنظار صانعي القرار، فكثير من المسؤولين يفضلون أن يظهروا ولو لمدة ثواني معدودة في نشرات الأخبار وخصوصاً المسائية على أن يكتب عنهم في الصحف<sup>١</sup>.

ويمكن إيجاز وظائف التلفزيون بما يلي:

### ١- الوظيفة الإعلامية:

يعد التلفزيون وسيلة جذب إعلامي للكبار والصغار، بما يملكه من إمكانيات وقدرات فنية وتقنية تساعده على تحويل الخيال إلى واقع مرئي وعلى تقريب البعيد، ويعتبر الإعلام من أقوى الأسلحة الأيديولوجية أثراً في عقول الناس، فعن طريق هذه الشاشة الصغيرة يستطيع الجميع أن ينتقلوا إلى أماكن لا يمكنهم الوصول إليها كالصحاري والمحيطات، والاجتماعات النيابية، وجلسات الوزراء، وذلك لما يملكه التلفزيون من إمكانيات فنية متطورة. ويتيح الإعلام الفرصة للإنسان كي يتزود بأنباء الآخرين في محيطه الاجتماعي والإنساني، وهذا ما يزيد من فرص التعاون والتعارف والتقارب والتفهم لظروف وأحوال الآخرين والشعور معهم<sup>٢</sup>.

---

1 محمد معوض، مرجع سابق ص ٦٣.

2 عصام الموسى، المدخل في الاتصال الجماهيري، (أريد، دار الكتاني، ١٩٩٥)، ص ١٢٨.

## ٢- الوظيفة التثقيفية:

لعل من أهم الوظائف التي يقوم بها التلفزيون هي وظيفته في نشر المعرفة الهادفة وتعميمها، لأن نشر المعرفة يثير العقل والشخصية ويساعد في رقد مهارات الإنسان وزيادة قدراته عبر مراحل نمه، ويمكنه من مواجهة المشكلات المستجدة والتغلب عليها<sup>١</sup>. ويمكن استخدامه كوسيلة تعليمية تربية، تهدف إلى بث الأفكار والقيم الجيدة في عقول ونفوس الأجيال، أيضاً يمكن استخدامه كمدرس عن طريق بث الدروس التعليمية للطلاب في كافة المراحل، ويلعب التلفزيون دوراً حساساً في توحيد أفكار الناس وقيمهم واتجاهاتهم وميولهم ومعاييرهم ويثير خيالهم، كما يساعد الفرد على إسقاط آماله وآلامه على ما يشاهد من أحداث، وله دور كبير في إقناع الناس وتعديل ميولاتهم وينمي الثروة اللغوية والمعرفية لديهم<sup>٢</sup>. ومن هنا كان للتلفزيون دور كبير في الربط بين الحضارات ونشر الثقافات، بحيث يمكن لعدسة الكاميرا أن تلف العالم وتنقل الحضارات والعادات والقيم لشعوب أخرى.

## ٣- الوظيفة الترفيهية:

ينتظر من التلفزيون أن يرفه عن الإنسان بما يعرض من مواد مسلية ترفيهية كالمسرحيات والأغاني والتمثيليات والرياضة وبرامج المسابقات، حيث تعمل هذه على التخفيف من المعانات والتوتر الذي يعيشه الفرد نتيجة لضغوط الحياة وتزيد الفائدة إذا تم توجيه الترفيه نحو البناء في التثقيف وثبتت القيم الموجودة أو تعديلها<sup>٣</sup>.

1 عصام الموسى، المرجع السابق، ص ١٢٨.

2 عبدالرحمن العيسوي، الآثار النفسية والاجتماعية للتلفزيون، (بيروت، دار النهضة، ١٩٨٤)، ص ١٥١.

3 امل دكاك، مرجع سابق، ص ١٠٨.

#### ٤- الإعلان والترويج:

يعتبر الإعلان من الوظائف الأساسية لوسائل الاتصال عموماً والتلفزيون خصوصاً في المجتمعات الحديثة، والإعلان وسيلة حديثة لترويج السلعة بأشكال وصور وألوان مختلفة لامعة تشد المشاهدين وتقنعهم بها.

فالإعلان يخدم المستهلك ويخدم المنتج، ويخدم الوسيلة الإعلامية، ويعمد ذلك إلى تنشيط الحركة التجارية الوطنية والعالمية، وتعريف المستهلك على أنواع السلع التي يحتاجها، ومع ذلك فله تأثيرات سلبية تتمثل في تشجيع الروح الاستهلاكية<sup>1</sup>.

---

1 صالح خليل ابو اصبح، الاتصال الجماهيري، (عمان، دار الشروق، ١٩٩٩)، ص ١٦٦.

## الفصل الثاني :

### التلفزيون الاردني

(نشأته، تطوره، برامجہ)

- المبحث الأول : التلفزيون الاردني:نشأته وتطوره.

- المبحث الثاني: قنوات التلفزيون الاردني وبرامجه.

- المبحث الثالث:برنامج يوم جديد:أهم سماته وملاحظه.

© Arabic Digital Library - Yamouk University

يستعرض هذا الفصل الحديث عن التلفزيون الاردني (نشأته،تطوره وبرامجه). وسينقسم تبعاً لذلك إلى ثلاثة مباحث؛ يتناول المبحث الأول المبحث الأول : التلفزيون الاردني:نشأته وتطوره يليه المبحث الثاني والذي يتناول قنوات التلفزيون الاردني وبرامجه،ثم يليه المبحث الثالث والذي يناول المبحث الثالث:برنامج يوم جديد:أهم سماته وملامحه.

## المبحث الأول :

### التلفزيون الاردني:نشأته وتطوره

كان هناك توجه رسمي أردني بإنشاء محطة تلفزيونية منذ عام ١٩٦٤، ولأجل هذا فقد خصصت الحكومة ميزانية لإجراء دراسة جدوى للمشروع التي قام بها فريق دولي من الخبراء والمستشارين، حيث نصح هؤلاء بإقامة محطة تلفزيونية بداية في عمان، وفي عام ١٩٦٥ اقترح مجموعة من رجال الأعمال المحليين بإنشاء محطة تلفزيونية في الأردن على غرار لبنان، وأن يقوم هذا الإنشاء على أسس تجارية مع السماح للحكومة بقدر كبير من الإشراف على برامج التلفزيون. ووافق مجلس الوزراء الأردني على الخطة المقترحة من قبل رجال الأعمال، لكن عند دراسة البرامج المقترحة، كان أغلبها ترفيهياً، فأخذت الحكومة على عاتقها إنشاء محطة تلفزيونية حكومية عامة<sup>١</sup>.

ومن أجل إخراج التلفزيون الأردني إلى حيز الوجود، شكل مجلس الوزراء الأردني لجنة وزارية عليا عام ١٩٦٥ سميت " اللجنة العليا المشرفة على مشروع التلفزيون " ويتلخص واجب هذه اللجنة في الإشراف على كافة الأعمال والمتابعة المطلوبة لإنجاح مشروع التلفزيون، وقررت

---

<sup>1</sup> Douglas, A, Boyd, , 1982, Broadcasting in the Arab World a Survey of Radio and Television in the Middle East, 1st Edition a series edited by Sydney w.Heed, Temple University Press Philadelphia, p 90.



اللجنة توزيع عطاء التلفزيون بين خمس شركات عالمية، كما أقر مجلس الأمة الأردني القانون المؤقت للتلفزيون عام ١٩٦٦، والذي نص على أن يعهد تأسيس وتشغيل التلفزيون إلى مؤسس تملكها الحكومة وهي مؤسسة التلفزيون الأردني، وتم وضع حجر الأساس لمبنى التلفزيون في ٧/١١/١٩٦٦ كما تم تعيين محمد كما مديراً عاماً لمؤسسة لتلفزيون اعتباراً من ١/١١/١٩٦٦.<sup>١</sup>

وتعاقد التلفزيون الأردني مع مؤسسة استشارية للقيام بمهام تدريب كوادر التلفزيون في مجالات الإنتاج والبرامج وإعداد الفنيين في مختلف المجالات اللازمة لتشغيل محطة التلفزيون، لذلك فقد تم إيفاد عدد من موظفي التلفزيون الأردني في دورات تدريبية إلى عدة دول أوروبية والولايات المتحدة وكذلك إلى لبنان الذي أنشأ التلفزيون فيه عام ١٩٥٦، وكان اعتماد التلفزيون الأردني واضحاً على البرامج التي يقدمها من عدة دول هي مصر ولبنان للبرامج العربية، والولايات المتحدة وبريطانيا وفرنسا للبرامج الترفيهية والثقافية.<sup>٢</sup>

وبسبب اندلاع حرب حزيران عام ١٩٦٧ تأخر افتتاح التلفزيون الأردني، حيث احتلت إسرائيل الضفة الغربية، وتعرض الأردن إلى مشاكل سياسية وعسكرية واقتصادية أدت إلى تحويل انتباه الحكومة عن التلفزيون.<sup>٣</sup>

وأصبحت محطة التلفزيون جاهزة لإجراء البث في ١٧ شباط ١٩٦٨، ودامت تجربة البث الأولى تسعين دقيقة في اليوم الأول، وبقيت كذلك حتى نهاية شهر نيسان من عام ١٩٦٨،

---

1 تركي نصار، تاريخ الإعلام الأردني، (أربد، عالم الكتب الحديث، ٢٠٠٧)، ص ٢٠٩.

2 نصار، المرجع السابق، ص ٢١٠.

3 Boyd, 1982, p 91. مرجع سابق

وكان عدد العاملين في التلفزيون الأردني آنذاك (٨٩) موظفاً وستوديو واحد مساحته ٧٠م<sup>٢</sup>

ووحدة للسينما وجهازي فيديو تيب وجهاز إرسال واحد بقدرة (١٢٨) كيلواط<sup>١</sup>.

وقد باشر التلفزيون الأردني بثه من منطقة أم الحيران قرب العاصمة عمان في

١٩٦٨/٤/٢٨ لمدة ثلاث ساعات يومياً في فترة المساء وعلى قناة واحدة بالأبيض والأسود، ثم

زيد البث إلى أربع ساعات ونصف يومياً في العام التالي<sup>٢</sup>.

وفي المراحل الأولى من تأسيس ونشأة التلفزيون الأردني واجهت العديد من الصعوبات،

حيث جاء إنشاء التلفزيون الأردني مواكباً لنكبة عام ١٩٦٧ وما حملته من آثار مادية ونفسية

على الأردن والشعب الأردني وبالتالي لم يعد هناك أجواء مناسبة لإنشاء مؤسسة ثقافية وفنية

كالتلفزيون، كذلك ارتفاع الكلفة المالية للتلفزيون سواء في مرحلة التأسيس أو أثناء التشغيل وعدم

توفر الكادر البشري المهني والمتخصص بشكل كاف<sup>٣</sup>.

وبالرغم من ذلك فقد شهد التلفزيون الأردني منذ تأسيسه تطورات عديدة حيث تم البدء

بعمليات البث المباشر والنقل الخارجي عام ١٩٧٠، وبدأ التلفزيون التربوي في عام ١٩٧١ وتم

إنشاء محطات إرسال عديدة لتوسعة البث وأصبح بالإمكان التقاط إشارة التلفزيون في جميع أنحاء

المملكة بالإضافة إلى فلسطين، وقد بلغ عدد محطات الإرسال (٤٢) محطة.

وقد خطى التلفزيون الأردني خطوة هامة عندما بدأ بالبث الملون عام ١٩٧٤، وأصبح

لديه ثلاثة استوديوهات يتم فيها إنتاج وتصوير البرامج المحلية والمسلسلات وبرامج المنوعات،

وارتبطت استوديوهات التلفزيون الأردني مع العالم الخارجي من خلال المحطة الأرضية للأقمار

---

1 فاروق أنيس جرار، الإذاعة والتلفزيون في الأردن (عمان، منشورات لجنة تاريخ الأردن، ١٩٩٧)، ص ١٠٩.

2 الموسى، مرجع سابق، ص ٢٧٨.

3 جرار، مرجع سابق، ص ١١١.

الصناعية في البقعة التي أنشأت عام ١٩٧٢ ولاحقاً تم إنشاء محطة عمرة داخل مبنى التلفزيون

حيث تتصل مع القمر الأوروبي والدولي والآسيوي والعربي<sup>١</sup>.

## المبحث الثاني :

### قنوات التلفزيون الأردني وبرامجه

يضم التلفزيون الأردني القنوات التالية:

١- القناة الرئيسية (تم دمجها مع الفضائية).

٢- القناة الرياضية<sup>٢</sup>.

#### **أولاً- القناة الرئيسية:**

تقدم البرامج الإخبارية والثقافية والوثائقية والتعليمية والترفيهية والأفلام العربية والأجنبية والمسلسلات، والنشرات الإخبارية باللغات العربية والإنجليزية والفرنسية، وتركز القناة الرئيسية في برامجها على القضايا المحلية التي تحظى باهتمام غالبية أفراد المجتمع الأردني ومن هذه البرامج:

#### **١- يوم جديد:**

محور دراستنا وهو برنامج صباحي يبث على الهواء مباشرة يومياً عدا يوم الجمعة ويبدأ بث البرنامج من الساعة السابعة صباحاً وحتى الساعة العاشرة صباحاً، ويتضمن نشرة أخبار،

---

1 نصار، مرجع سابق، ص ٣٨٤.

2 [Jrtv.gov.jo\Arabic\AboutjoTv\Pages\AboutTv.aspx](http://Jrtv.gov.jo\Arabic\AboutjoTv\Pages\AboutTv.aspx) الموقع الرسمي للتلفزيون

ومواجيز إخبارية، ويتناول البرنامج قضايا اجتماعية وصحية وبيئية واقتصادية وتعليمية ودينية وإرشادية، ومنذ العام ٢٠٠٨ تم تقسيم برنامج يوم جديد إلى جزأين، الجزء الأول يتضمن تقارير ميدانية كالوضع المروري اليومي، وكذلك استضافة مسؤول، أما الجزء الذي يبدأ عند الساعة الثامنة والنصف ولغاية الساعة العاشرة صباحاً، يتضمن فقرات متنوعة ورياضية تهم بالأساس ربات البيوت، وسوف نتحدث عنه في مبحث لاحق بالتفصيل.

## ٢- برنامج يحدث اليوم:

وهو برنامج يبث على الهواء مباشرة، يبث بعد الساعة العاشرة صباحاً، ويعنى بمتابعة أبرز القضايا المحلية كبرنامج خدمة عامة، ويقوم بمتابعة ميدانية لأهم الفعاليات والأنشطة المستجدة والمتعلقة بالمحافظات.

## ٣- برنامج يسعد صباحك:

وهو برنامج يبث على الهواء مباشرة صباح كل جمعة ويقدم فقرات محلية متنوعة من مختلف أنحاء المملكة، كما يسلط الأضواء على المواهب المحلية والفنانين المحلية والمناسبات الوطنية والإنجازات، وهو برنامج تفاعلي ترويجي وترويجي للمواقع السياحية في المملكة، ويبرز إنجازات الأردني الحضارية والأماكن السياحية والأثرية وطبيعته متنوعة.

## ٤- برنامج ستون دقيقة:

وهو برنامج إخباري يتابع القضايا السياسية والاجتماعية والاقتصادية التي تهم المجتمع المحلي ويتضمن نشرة إخبارية ويبث على الهواء مباشرة عند الساعة الثامنة من مساء كل جمعة.

## ٥- البرامج الحوارية:

وهي مجموعة متنوعة من البرامج التي تهتم بعدد كبير من قضايا الشباب والقضايا الاجتماعية والسياسية كبرنامج (ملفات سياسية)، و(البرامج الاقتصادية)، (ووجهاً لوجه)، و(البرنامج الصحي)، و(برنامج الحكي إلنا).

## ٦- البرامج الرياضية:

وذلك كبرنامج المجلة الرياضية الذي يبث على الهواء مباشرة من بعد ظهر كل يوم جمعة، وكذلك النشرات الرياضية التي تبث يومياً والتي تهدف إلى متابعة الأحداث الرياضية والمسابقات الرياضية المحلية والإقليمية والدولية.

## ٧- البرامج الدينية:

وهي برامج تتعلق بالنواحي الدينية والفتاوى على الهواء، مثل برنامج جدد حياتك، وأسألوا أهل الذكر، والميزان، وهي برامج متنوعة تهتم بعدد كبير من القضايا الإسلامية والاجتماعية من وجهة نظر إسلامية، وترد على أسئلة واستفسارات المشاهدين، وتقدم لهم النص والإرشاد.

## - القناة الفضائية الأردنية:

بدأ البث في القناة الفضائية الأردنية عام ١٩٩٣، ويصل بثها إلى كافة الدول العربية وجنوب أوروبا وتركيا وغرب إيران وبعض الدول الإفريقية، وتبث القناة الفضائية الأردنية معظم برامج القناة الرئيسية إضافة إلى البرامج الخاصة ومناقشات مجلس النواب والأحداث الهامة السياسية والثقافية والرياضية، والنشرات الإخبارية بعدة لغات، ويصل عدد ساعات بثها اليومي أكثر من ثمان عشرة ساعة، وتهدف إلى إيصال صوت الأردن ووجهة نظره إلى العالم الخارجي.

## - القناة العربية الأردنية:

تم افتتاحها في ٢٧/٤/١٩٩٣ لتقوم ببث جلسات مجلس الأمة الأردني بالإضافة لبث

أهم الأحداث الرياضية المحلية والدولية.

### المبحث الثالث :

#### برنامج يوم جديد: أهم سماته وملاحظه

برنامج يوم جديد هو برنامج صباحي يبث على الهواء مباشرة يومياً عدا يوم الجمعة

ويبدأ بث البرنامج من الساعة السابعة صباحاً وحتى الساعة العاشرة صباحاً على مدار ثلاث

ساعات، ويتضمن نشرة أخبار، ومواجيز إخبارية، ويتناول البرنامج قضايا اجتماعية وصحية

وبيئية واقتصادية وتعليمية ودينية وإرشادية، ومنذ العام ٢٠٠٨ تم تقسيم برنامج يوم جديد إلى

جزأين، الجزء الأول يتضمن تقارير ميدانية كالوضع المروري اليومي، وكذلك استضافة مسؤول،

أما الجزء الذي يبدأ عند الساعة الثامنة والنصف ولغاية الساعة العاشرة صباحاً، يتضمن فقرات

منوعة ورياضية تهم بالأساس ربات البيوت<sup>١</sup>.

وهو من البرامج التلفزيونية الصباحية الذي ينتجه التلفزيون الأردني على مدار عشر

سنوات، بفرق تلفزيونيه مؤهله ومدربه لترتقي بذائقه المتلقي الأردني والعربي، ولتكون نافذة إعلاميه

إخباريه، تفتح بداية كل يوم من الساعة السابعة صباحاً حتى الساعة العاشرة، وستة أيام في

الأسبوع.

الموقع <http://jrtv.gov.jo/Arabic/programs/Pages/ProgramsDetails.aspx?pid=65> 1

الرسمي للتلفزيون الاردني.

ويستمر ثلاث ساعات تلفزيونيه، تبدأ بساعة إخبارية ، تتناول أهم وآخر الأخبار المحلية والعالمية، وآخر المستجدات وعناوين الصحف الأردنية، وحاله الطقس، وحاله الطرق في المملكة .

ثم تبدأ الفترة الثانية من البرنامج، بفقرات متنوعة عن أهم الأنشطة والمبادرات، ومقابلات مع أصحاب انجازات ومشاريع تنموية واقتصاديه واجتماعيه، وقصص نجاح في ميادين مختلفة، وقضايا يهتم بها الشارع الأردني، وقضايا المرأة والطفولة -التربية والتنشأة -، وما يتعلق بالصحة والتوعية الصحية لأمراض العصر الحديث، واستضافه أصحاب الاختصاص في المواضيع المراد مناقشتها، لتقديم معلومة مهمة، تمس المواطن والمجتمع، ورفع مستوى ثقافته وفهمه لما يدور حوله من تطورات في كافة المجالات .

---

الموقع <http://jrtv.gov.jo/Arabic/programs/Pages/ProgramsDetails.aspx?pid=65> 1 الرسمي للتلفزيون الاردني.

# الفصل الثالث

## إستخدامات المشاهد لبرامج التلفزيون

### وتأثيراتها

- المبحث الأول: الآثار الايجابية لاستخدامات التلفزيون.

- المبحث الثاني: الآثار السلبية لاستخدامات التلفزيون.

- المبحث الثالث: أثر التلفزيون على دور الاسرة.

يستعرض هذا الفصل الحديث عن إستخدام المشاهد لبرامج التلفزيون وتأثيراتها، وسينقسم تبعاً لذلك إلى ثلاثة مباحث؛ يتناول المبحث الأول المبحث الأول: الآثار الايجابية لاستخدامات التلفزيون، يليه المبحث الثاني والذي يتناول الآثار السلبية لاستخدامات التلفزيون، ثم يليه المبحث الثالث والذي يناول المبحث الثالث: أثر التلفزيون على دور الاسرة.



## نظرة عامة لتأثيرات التلفزيون:

تقوم وسائل الإعلام بدور رئيسي وفعال في حياة الإنسان، فعن طريق وسائل الإعلام التي أصبحت في متناول الجميع يتزود بها المرء بالمعلومات والأخبار ويستمتع إلى الموسيقى والأغاني، ويشاهد الأفلام والمسلسلات، ويطلع على آخر إصدارات الصحف والمجلات، أي أن الإنسان يكون على اتصال مباشر وسريع بكافة الأحداث التي تجري حول العالم، ومن هنا فإنه من الصعب تخيل الحياة بدون وسائل الإعلام التي باتت تصلنا بالعام القريب والبعيد، وبفضلها أصبح العالم قرية كونية صغيرة، إن لم يكن بناية يتجمع فيها الناس.

وطبقاً لتطور التلفزيون اليوم وأمس، إلا أنه ترك أثراً ليست وليدة الساعة فقط، وإنما ي تراكم معارف وخبرات، وهي سلسلة متتابعة تربط الماضي بالحاضر وتدفعه نحو المستقبل، ففي المراحل الأولى من تطور النظريات الإعلامية، حدثت الحرب العالمية الثانية، وشهد علماء الإعلام وعلماء الاجتماع والنفس نجاحاً قوياً، مما أدى إلى الأخذ في تلك المرحلة بنظرية التأثير المباشر للإعلام أو ما تم الاصطلاح عليه "نظرية الرصاصة" فمعنى أن تأثير الإعلام ووسائله يشبه إطلاق الرصاصية من حيث السرعة والمباشرة وقد عبر عن ذلك ولیم شرام بقوله: " إنه كان ينظر للإعلام على أنه رصاص سحري يقتل الأفكار والمشاعر من عقل إلى آخر وكان ينظر إلى الجمهور على أنه سلبي ولا يستطيع الدفاع عن نفسه، وإن الإعلام يستطيع نقل الأفكار والمشاعر إلى الجمهور كما تنتقل الكهرباء من الأسلاك إلى لمبات الإضاءة"<sup>1</sup>.

ومن ثم شهدت صناعة الإلكترونيات تطوراً كبيراً في أعقاب الحرب العالمية الثانية، ونتيجة لهذا أصبح هناك الترانزستور والكمبيوتر والأقمار الصناعية ومحطات الاتصال الأرضية،

<sup>1</sup> Schram, W. and Donold, F, Roberts (eds), , 1972, The Process And Effects Of Mass Communication, Urhan University of Illinois Press, p141:

والتي أدت إلى ربط العالم بشبكة منظمة من الاتصالات الفضائية السريعة، وصاحب ذلك انتشار في وسائل الإعلام كالإذاعة والتلفزيون والسينما، ولكن التلفزيون كان الوسيلة الأكثر انتشاراً وتطوراً وتأثيراً نظراً للدور الكبير الذي لعبه في حياة الأفراد والمجتمعات، صغاراً وكباراً، أغنياء وفقراء، أميين ومتقفين، يطال في ذلك كافة نواحي الحياة الاجتماعية والاقتصادية والسياسية والثقافية، ويساعد على زيادة المعارف والعلوم والقدرات ويقدم الترفيه.

ويعد التلفزيون من أهم وسائل الإعلام تأثيراً في الجماهير المختلفة، إذ يستمد أهميته الخاصة به نظراً لما لديه من اهتمام لدى الصغار والكبار حيث أنه جهاز قادر على الترفيه والتثقيف في آن واحد، ومن ثم فإنه يؤثر على عقول الشباب ووجدانهم، كما أنه يعد أداة هامة للتعليم المباشر، إذ ينقل للمرء بالإضافة إلى المعلومات والمعارف والأخبار المحلية، الكثير من العادات والقيم والتقاليد للمجتمعات الأخرى<sup>1</sup>.

ومن هنا فإن التلفزيون قوة عظيمة تصارع مقومات البيئة التعليمية واليومية والمنزلية، وأن له تأثيراً بالغاً على الكبار والصغار بما يطرحه من أفكار وقيم وعادات وتقاليد تتماشى مع ما تطرحه الأسرة والبيئة من جهة وتخالف ذلك في أحيان أخرى.

والتلفزيون بما يقدم من برامج ومسلسلات وأفلام وحتى إعلانات لها تأثير وفعالية كبيرة في الإنسان، نظراً لسهولة استخدام هذا الجهاز وتوفره في كل بيت وسرعة إيصاله للمعلومة في كل

---

Edward L, Planer, Aimee Dorr, 1989, Children The Faces Of Television, <sup>1</sup>

London Loano Vich Puplisher, , p:28.

دقيقة، ويلخص بعض العلماء أوجه التأثير للتلفزيون على المشاهد أو الجمهور وبالتالي على شخصية الفرد بثلاث نقاط هي<sup>1</sup>:

١. التأثير المفترض على الإدراك والاستيعاب.

٢. التأثير المفترض على الاتجاهات والقيم.

٣. التأثير على السلوك الخارجي للفرد.

والتلفزيون كغيره من الاختراعات العلمية التي وجدت لها مؤيدين ومعارضين، ويات معروفاً أن للتلفزيون آثاراً منها الإيجابية ومنها السلبية، ومن هنا تأتي أهمية التعرف على الآثار التي يخلفها التلفزيون على المشاهدين.

## المبحث الأول :

### الآثار الإيجابية لاستخدامات التلفزيون

يرى أصحاب هذا الاتجاه أن أثر التلفزيون ليس مباشراً وإنما هو عامل واحد يعمل ضمن مجموعة من العوامل الاجتماعية والنفسية والاقتصادية، فما يسمى بجيل التلفزيون نشأ في مجتمع يعج بالصراعات والخلافات والمشاكل الاجتماعية، ولذلك يرى البعض في التلفزيون أنه وسيلة جيدة للترفيه، والتسلية أكثر منه وسيلة لنقل الأخبار والمعلومات، وقد أصبح التلفزيون من مستلزمات الحياة، وقد أصبحت مشاهدة التلفزيون ممارسة يومية تشغل وقت الفراغ عند الكبار

---

1 Karl Erick Rosengren, Uses and graphical a paradigm out lined, in: Theses mass communications current Perspectives and graphications research, London, 1974.

والصغار على حد سواء، ولعل الدافع لذلك هو الرغبة في الترويح والتسلية، والهروب من مشاكل الحياة اليومية.

ومن الممكن أن يصبح التلفزيون إلى أداة توجيه أكثر منها للترفيه، فمحطات التلفزة اليوم هي ملك للدولة، وقد تكون ملك لتيار أو اتجاه معين، وتستعمل محتويات البرامج فيها لبث المعلومات والتوجيهات.

وإن ما يعرضه التلفزيون من برامج وأخبار ومعلومات تمثل بديلاً مناسباً للخبرات والتجارب الفردية والجماعية حيث ينقل الأفراد إلى مواقع في العالم لا يستطيعون الوصول إليها، والمشاهدة الموضوعية أي (النقل المباشر لما يجرب من أحداث وتطورات من حولنا كما يجري من تظاهرات وثورات عربية، وما يحصل في الصراع الفلسطيني الإسرائيلي وغيرها)، حيث يقول شرام: "أفضل إنجاز للتلفزيون هو نقل الفرد وهو جالس في بيته إلى أجواء وأماكن غير مألوفة وتعريضه لتجارب جديدة كان من المستحيل أن يخوضها لو لم يخترع الإنسان تكنولوجيا التلفزيون وبهذا يوسع التلفزيون آفاق وإدراك الفرد وينمي مهارات التحيل والتنقل الذهني<sup>1</sup>.

والتلفزيون يستطيع أن يشغل أوقات الكبار والصغار وله دور كبير وتأثير إيجابي في بناء ونضج الشخصية، وتتوع ميول الأفراد ورغباتهم من خلال مشاهدة برامجهم، من خلال ما تتضمنه برامج التلفزيون من معلومات وخبرات بشكل يساعد على نضج شخصية الأطفال والكبار، وذلك من خلال ما يضيفه على شخصيتهم من مكتسبات فنية وعلمية وثقافية تساعد على النمو الانفعالي والعقلي والعاطفي والنمو في القدرات والخبرات<sup>2</sup>.

1 شرام وآخرون، مرجع سابق، ص ٧٣.

2 أبو معال، مرجع سابق، ص ٤٣.

ومن خلال ما يعرضه التلفزيون من أخبار وأفلام وبرامج يمكن أن يكون لها أكبر الأثر في تعريف المشاهد على الكثير من الوظائف والمهن والتقاليد والعادات التي يتميز بها المجتمع والمجتمعات الأخرى، ويزيد من طموحه نحو الوظائف العليا ذات الفكر المستقل ويزوده بالمعلومات عن أبناء الطبقات الاجتماعية الأخرى، ويعمل التلفزيون على تنمية الجوانب الخلقية والاجتماعية وروح التعاون والعمل الجماعي وبيث الروح الإنسانية ويمنح الثقة بقدرات الجماعة بما يقدمه من قدرة الجماعة في السيطرة على الطبيعة وتسخيرها لصالحه، ويؤكد على صفات كالمبادرة وحسن المظهر والإيثار والشهامة، والأخلاق والقيم والثقة بالنفس<sup>1</sup>.

#### • التلفزيون ودوره في التمييز بين ما هو جيد وما هو رديء:

إذا ما أحسن استخدام التلفزيون وكانت برامجه موجهة وهادفة، من الممكن أن يلعب دوراً هاماً وحاسماً في التعريف والتمييز بين ما هو جيد وما هو رديء، وما هو صحيح وما هو خاطئ، وما هو خير وما هو شر، حيث أن مشاهدة التلفزيون هو سلوك ينعكس على الفرد، رغم أنه يبدو كقرار فردي حميمي يتخذ داخل الوسط العائلي، ويظهر واضحاً وبصورة خاصة أثناء شهر رمضان، حيث يجتمع أفراد الأسرة حول الكثير من المسلسلات والبرامج التي يعرضها التلفزيون، ولعل ذلك يعود لعرض هذه البرامج وقت الفطور أو السحور، مما يجعل المحطات الفضائية والقنوات التلفزيونية تتسابق لعرض أحدث المسلسلات والأفلام على شاشاتها.

ونحن نشاهد التلفزيون لأن الآخرين يشاهدونه، فاختيار البرامج التي نشاهدها له قيمة اجتماعية لأننا نستطيع أن نتحدث مع أمثالنا عن البرامج التي شاهدناها ونتبادل معهم أطراف والتحليل والانطباعات ونكشف محاكاتنا للغير، ونعبر عن فكرنا المعارض، ومن جهة أخرى فإن

---

1 انس حبيب، تأثير التلفزيون على الطفل، (دمشق، ١٩٩٢)، ص ٦٥.

برامج التلفزيون تتحدث عنا في غالب الأحيان، وعن غيرنا، وتتحدث عن الحياة في المجتمع الذي نساهم في وجوده ونساهم في عرضه على الشاشة الصغيرة<sup>1</sup>.

#### • التلفزيون كمصدر لبناء القيم الوطنية:

ولعل ما نلمحه في محتوى برامج التلفزيون ووسائله الإيجابية الكثيرة في الوطنية والقومية والدفاع عن الأرض والمواقف السياسية، والحرية في المعتقدات الدينية والأخلاقية في الحياة الاجتماعية التي تقوم على المروءة والشرف والشجاعة والكرم وحب الوطن، والقيم العلمية في التقدم المعرفي والتقني، وقيم العمل المنتج للرجال والنساء وغيرها من القيم الإيجابية.

#### • التلفزيون كمصدر معرفي:

ومن التأثيرات الهامة للتلفزيون هو تأثيره في الجانب المعرفي عند المشاهد، أي إعطاءه المعلومات الجديدة التي تختلف عما يعرفه من معلومات، وتغيير أو تعديل أو خلق صور ذهنية عنده عن الأحداث والمواقف والدول والأشخاص، حيث يساهم التلفزيون في نقل الثقافة، أي ثقافة مجتمع ما إلى مجتمعات أخرى، ونحن في العالم العربي نعيش خبرة في هذا النوع، فالمشاهد العربي المثقف يكاد يعرف بدرجة كبيرة من الدقة عادات وتقاليد وقيم معظمة الدول الأخرى، على الرغم من أنه لا يسافر على تلك الدول<sup>2</sup>.

#### • التلفزيون كمصدر ثقافي وحضاري:

وللتلفزيون دور هام وكبير في تعريف المشاهد وإطلاعه على حضارة وثقافة الشعوب الأخرى فهو يعمل على تقريب التاريخ والجغرافيا وحضارات الشعوب والطبيعة والعلوم والفنون على اختلاف أنواعها، والتكنولوجيا وتطبيقاتها وقضايا العالم، وتمد المشاهد بفيض لا تقطع من

1 نصرالدين العياضي، التلفزيون / البرمجة/المشاهدة/ آراء ورؤى، (دمشق، منشورات وزارة الثقافة، 1998)، ص 42.

2 مصطفى احمد تركي، وسائل الإعلام وأثرها في شخصية الفرد، (القاهرة، عالم الفكر، 1984)، ص 101.

المعلومات، وللتلفزيون دور كبير الحفاظ على اللغة العربية وتعريف المشاهد عبر البرامج التلفزيونية والندوات واللقاءات الأدبية بأصول اللغة العربية ولهجاتها، بحيث يميز المشاهد من خلال اللهجة هذا البرنامج مصري أو أردني أو خليجي و هذه القناة أو المحطة.

ولا يغيب عن بالنا الدور المهم الذي تلعبه وسائل الإعلام وخصوصاً التلفزيون في التأثير على اللغة المحكية اليومية، هذا التأثير الذي بات يقرب بين اللهجات العربية، وصار يساعد في تكوين لغة وسطى بين اللغة الفصحى واللغة اليومية وخصوصاً مع وجود الفضائيات العربية التي باتت تقرب المسافات وتساعد في تذويب الفوارق بين اللهجات، فالمغرب الآن يشاهد القنوات المصرية والأردنية والسورية والعكس صحيح<sup>1</sup>.

وهكذا ومن كل ما تقدم نرى أن التلفزيون يمكن أن يحمل في طياته برامج آثراً إيجابية تؤثر على المشاهد وقيمه وعاداته وتقاليده، هذا في مجال أحسن استخدام هذا الجهاز وكان القائمون عليه على قدر من المسؤولية الملقاة على عاتقهم، لأن المسؤولية كبيرة والحمل ثقيل والصراع كبير في ظل الهجوم الفضائي الذي لا يطلب من أحد الإذن أو السماح بالمرور، وإنما يعبر إلى كل بيت وإلى كل فرد وكل مجتمع وكل أسرة.

---

1 أبو أصعب، مرجع سابق، ص ٧٠.

## المبحث الثاني :

### الأثار السلبية لاستخدامات التلفزيون

يرى البعض أن للتلفزيون آثار سلبية ويحملونه المسؤولية بالآثار السلبية التي تقع على المشاهدين لا سيما الشباب والأطفال التي تنعكس على شخصياتهم واتجاهاتهم، ويرون أن له دوراً في غرس العادات والقيم العارضة لقيمنا، ويعلب دوراً هاماً في خروج الشباب عن الصحيح، وتشرب ما هو خطأ وسيء من القيم الوافدة إلينا عبر شاشة التلفزيون.

#### • التلفزيون يشكل تهديد على الهوية الحضارية والثقافية:

ويرون أنه بفضل بعض التطور التقني والتكنولوجي برزت وسائل الإعلام المختلفة وخاصة المرئية التي أخذت تستأثر الاهتمام والعناية والمتابعة الكثيفة من كافة شرائح المجتمع، ومنهم من أصبح مدمن علي متابعة والتعرض لشاشات التلفزة والقنوات الفضائية التي أصبحت تشكل تهديداً حقيقياً للهوية الحضارية والثقافية لأنها تهدف إلى هدم الثوابت كالدين واللغة والعادات والأخلاق والتقاليد الأصيلة من خلال البرامج والمسلسلات اللا أخلاقية التي تبثها وتشكل خطورة على الأطفال والمراهقين بشكل خاص<sup>1</sup>.

#### • التلفزيون وتأثيره على الشباب والمراهقين:

إن ما يبثه التلفزيون من صور وكلام وموسيقى في نفوس المشاهدين وخاصة المراهقين الشباب ونظراً لحراجه المرحلة التي يمرون بها، والتغيرات التي تصيبهم طبقاً لحالتهم النفسية من متعة جنسية وإحساس بالهناء ورغبة في المحاكاة والتقليد والانفعال العاطفي، وما إلى ذلك مثل

---

1 عوض منصور، التلفزيون بين المنافع والأضرار، (الاردن مكتبة المنار، ١٩٨٥)، ص ٧٣.



رغبة الثأر والانتقام والميل إلى العنف والتدمير، وهو يتيح لهم أن يهربوا من واقعهم فيدخلوا إلى عالم المخدرات والعنف<sup>١</sup>.

#### • التلفزيون إحياء الفكر الخرافي:

ومن هنا فإن التلفزيون يستتبع إحياء الذهنية الخرافية، لأنه يعرض واقعاً وهمياً مغايراً للواقع الحقيقي، ويعطي الأدوات للتلاعب بتلك الأوهام والخرافات، وهكذا يتلذذ المشاهد بتشييد قصور أحلامه ويتكوين أفكار جديدة له، ويحلم بالنجاح ويتجاوز الهاوية التي وقع فيها لمجرد تماديه مع أبطال جذابين، وهذا يولد لديه شعوراً بالتعزية، فكم من المشاهدين حلم أن يكون مثل البطل الفلاني، أو لمصراع الفلاني، أو لاعب الكرة الفلاني، وتكاد الدراسات العلمية التي أجريت لدراسة آثار التلفزيون أن تجمع كلها على أنه يدرّب مشاهديه على الكسل الذهني ويشيع فيهم روح السلبية ويجعلهم أمعات يميلون مع الريح حيث مالت وأنه ينفث في روعهم روح عدم المسؤولية والاستسلام والانهازامية، ويصرفهم عن معالي الأمور ويشغلهم عن الأهداف السامية ويزيد من رقعة الخواء الفكري في نفوسهم<sup>٢</sup>.

#### • التلفزيون وأثره السلبي في التعليم:

ويؤدي التلفزيون إلى شيء من الهبوط في المستوى التعليمي، ومن المعروف أن هناك تناسباً عكسياً بين المشاهدة المكثفة والدرجات الدراسية، أي أن المتأخرين دراسياً يشاهدون التلفزيون بدرجة عالية والسبب في ذلك أن المشاهدة المكثفة دليل مشاكل نفسية وتوترات انفعالية<sup>٣</sup>.

1 نزهة الخوري، أثر التلفزيون في تربية المراهقين، (بيروت، دار الفكر اللبناني، ١٩٩٧)، ص ٧٥.

2 مروان كجك، الأسرة المسلمة أمام التلفزيون، (القاهرة، دار الكلمة الطيبة، ١٩٨٩)، ص ١١٣.

3 حنا، مرجع سابق، ص ٩٣.

## • التلفزيون والقيم السلبية:

ومن جهة أخرى أخذت تطفو على السطح القيم التي تعكسها الإعلانات التلفزيونية حيث باتت إحدى مظاهر التلوث السمعي والبصري والثقافي والقيمي، إذ يغلب على الرواج الإعلامي العشوائية وانتهاك صورة المرأة، وإشاعة روح المقامرة، وحب التواكل على حساب قيم العمل والاجتهاد خصوصاً البرامج الإعلانية وبرامج المسابقات المعتمدة على الحظ في تحقيق ثروة والفوز بالحلم الموعود والجائزة الكبرى.

## • التلفزيون ونشر العنف:

والى جانب ذلك فإن للتلفزيون آثاراً سلبية في نشر قيم العنف، نتيجة التقليد لما يشاهده المشاهد في الأفلام والمسلسلات، فهناك الكثير من البحوث التي ترى أن هناك علاقة مباشرة بين أفلام العنف التلفزيوني وارتفاع نسبة الجريمة، وقالت منظمة الائتلاف الدولي ضد العنف، أن ما يتراوح بين ٢٥-٥٠% من أعمال العنف في العالم سببها مشاهدة العنف في التلفزيون والسينما، وإن العروض التلفزيونية الأمريكية التي تعرض في أنحاء العالم ساعدت في انتشار الجريمة<sup>١</sup>.

---

1 مروان كجك، مرجع سابق، ص ١٣٠

## المبحث الثالث :

### أثر التلفزيون على دور الأسرة

ووجد أن التلفزيون يؤثر على الأسرة نفسها بل إن الأسرة أخذت في الانحسار في ظروف العمل العصرية، والأهم من ذلك أن القيم التقليدية التي تبتها الأسرة آخذة في الضمور والاضمحلال لتحل محلها قيم تلفزيونية مشتقة من أفلام ومسلسلات وبرامج تبثها محطات التلفزة، وهي دائرة ضخمة من الآثار السلبية ذات الحلقات المتصلة يضيفها التلفزيون ويتشبع بها أفراد الأسرة<sup>1</sup>. حيث أن التلفزيون يمنع الإنسان من الاستمتاع بما حوله من علاقات اجتماعية، فكثير من المشاهدين يفضلون مشاهدة فلم تلفزيوني أو مسلسل أو مسرحية أو برنامج على الجلوس مع أسرهم أو زيارة أقاربهم أو الخروج في نزهة مع الأصدقاء.

فالبرامج التلفزيونية لها تأثير على سلوك المشاهدين الفردي والجماعي داخل العائلة قد يدفع البعض منه إلى تقليد بعض الشخصيات المتفجرة في مآكلها وملبسها وتسريحة شعرها، بل كثيراً ما غيرت المسلسلات حتى نوعية الأسماء التي تطلق على المواليد الجدد في الأسرة، والتلفزيون يدفع إمكانية التواصل وفرص الحوار بين الأسر إلى الانكماش بين الأسر من ناحية وبين أفراد الأسرة الواحدة من ناحية أخرى<sup>2</sup>.

فلقد نظم التلفزيون حياة المشاهدين الاجتماعية والأسرية بحيث أصبح موعد تناول الغداء على المسلسل الفلاني والعشاء على الفلم الفلاني، كما حددت أفراد الأسرة مواعيد زياراتهم

---

1 ابراهيم إمام ، الإعلام الإذاعي والتلفزيوني،(القاهرة، دار الفكر، ١٩٧٩)، ص ٢٣٧  
2 محمد الهادي عيسى، تأثير وسائل الإعلام،(دمشق، المطبعة الجديدة، ١٩٨٥)، ص ٢١.

وخرجهم ودخلهم على مواعيد محددة في التلفزيون، ومن هنا فإن التلفزيون لعب دوراً كبيراً في تحديد حياة المشاهدين من حيث كافة نواحي الحياة اليومية.

ومن هنا فإن ما يشاهده المشاهدين على شاشة التلفزيون، من أفلام وصور أو مسلسلات لا قيمة فيها، ينعكس على واقعهم الاجتماعي والحياتي، ويؤثر على سلوكهم وتصرفاتهم، فهم عرضة للتأثر بقيم المجتمعات الأخرى، فمثلاً أصبحنا نشاهد تسريحات شعر في أوساط الشباب غريبة ومنفرة، وتقليدهم للبس الضيق، وأصبح هذا الجيل عرضة لغزو من ثقافة الجينز والوجبات السريعة والمشروبات الغازية، عدا عن الأغاني الهابطة التي تملأ الشوارع والهواتف النقالة والتي تدعو إلى قيم هابط.

# الباب الثاني :

## نتائج الدراسة الميدانية

تمهيد.

- أداة البحث .
- إجراءات الصدق والثبات .
- المعالجة الإحصائية .
- مناقشة النتائج وتفسيرها .
- ملخص النتائج .
- التوصيات.

• تمهيد

سعت هذه الدراسة للتعرف على الاستخدامات و الاثباغات التي يحققها برنامج "يوم

جديد" لدى الجمهور الاردني ومعرفة مواطن القوة والضعف به، استخدمت الباحثة

الاستبانة كاداة بحثية للدراسة وطبقت الدراسة في اريد بتاريخ

و٢٠١٣/٦/٥ الى٢٠١٣/٦/٢٣ كما أشرنا سلفا.

من الجدول التالي تتضح سمات هذه العينة وتم تقسيمها الى(٤٠٠) مفردة (٢٠٠) ذكور و(٢٠٠) إناث:

المتغير	الفئات	التكرار	النسبة المئوية
النوع الاجتماعي	ذكر	200	50.0
	انثى	200	50.0
المهنة	موظف	61	15.3
	طالب	26	6.5
	اعمال حرة	64	16.0
	ربة منزل	117	29.3
	دون عمل	132	33.0
العمر	من ٢٠ الى اقل من ٣٠	37	9.3
	من ٣٠ الى اقل من ٤٠	85	21.3
	من ٤٠ الى اقل من ٥٠	171	42.8
	50 فما فوق	107	26.8
المستوي التعليمي	ثانوي فما دون	93	23.3
	اعلى من ثانوي	307	76.8
المستوى الاقتصادي	منخفض	76	19.0
	متوسط	233	58.3
	مرتفع	91	22.8
	المجموع	400	100.0

## • اداة البحث:

تم استخدام الاستبانة كأداة بحثية للدراسة، وقد تكونت الاستبانة من عدد (١٧) سؤالاً تناولت المحاور الآتية:

المحور الاول: معدل مشاهدة الجمهور الاردني لبرنامج "يوم جديد" وأوقات هذه المشاهدة وأسبابها والفقرات المفضلة لدى عينة الدراسة.

المحور الثاني: مدى رضى الجمهور الاردني على برنامج "يوم جديد".

المحور الثالث: درجة تفضيل مشاهدة برنامج "يوم جديد" عن باقي البرامج المعروضة في نفس التوقيت.

المحور الرابع: الاسباب التي تدفع الجمهور لمتابعة برنامج "يوم جديد" عن غيره من البرامج.

المحور الخامس: الفوائد التي تعود على الجمهور من مشاهدة برنامج "يوم جديد".

المحور السادس: معالجة برنامج "يوم جديد" للقضايا التي تهم المواطن الاردني.

المحور السابع: خصائص عينة الدراسة.

وتم توزيع الاستبانة عبر المقابلة الشخصية مع المبحوثين وذلك من الفترة

٢٠١٣/٦/٥ الى ٢٠١٣/٦/٢٣.

## • إجراءات الثبات و الصدق:

في سبيل تحقيق ثبات المقياس تم استخدام إعادة الاختبار ( Test & Re-test ) على عينة تمثل ( ١٠ % ) ممن أجريت عليهم الدراسة واتضح أن نسبة الثبات (88%) وهي نسبة عالية، كما طبقت إجراءات الصدق الظاهري للاستبانة عبر عرضها على عدد من المحكمين في مجال الإعلام وعلم الاجتماع، وبناء على ما أبداه المحكمون من آراء، تم إجراء التعديلات المطلوبة فيما يتعلق بحذف بعض الأسئلة، وإضافة بعض البدائل، ودمج بعضها الآخر لإعداد صحيفة الاستقصاء في شكلها النهائي لتكون أداة صالحة لجميع البيانات في الدراسة الحالية.

## • التحليل الإحصائي للبيانات:

تم تفرغ البيانات وتحليلها باستخدام برنامج ( SPSS ) وقد تم الاستفادة من البرنامج على مستويين هما: أ- المستوى الوصفي، وتمثل في الجداول التكرارية البسيطة- حساب التكرارات و النسب المئوية- حساب المتوسطات- حساب الانحراف المعياري للمتوسطات. ب- المستوى التحليلي، وتمثل في تكوين الجداول المزدوجة - اختبار برسون لإيجاد قوة العلاقة بين متغيرين - تحليل التباين الأحادي (T) و (F) للتأكد من وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المتغيرات - اختبار شيفيه لاختيار مصدر التباين بين المبحوثين.

1 المحكمون هم: ١. الدكتور حاتم علاونة، عميد كلية الاعلام ٢. الدكتور محمد جهاد الشريدة ٣. الدكتورة

ماريان تادرس ٤. الدكتور عادل صادق

٥. الدكتور وليد خلف الله ٦. الدكتور عبد الرحيم درويش (جميعهم في كلية الاعلام) ٧. الدكتور عبد العزيز

خزاعلة- (رئيس قسم علم الاجتماع).



# نتائج الدراسة الميدانية

## أولاً: الإجابة عن تساؤلات الدراسة

### ١. معدل مشاهدة برنامج "يوم جديد":

جدول رقم (٢)

توزع العينة حسب

النسبة المئوية %	التكرار	معدل المشاهدة
60.5	242	أحياناً
39.5	158	دائماً
100.0	400	المجموع

يظهر من الجدول رقم (٢)، فيما يتعلق بمشاهدة عينة الدراسة لبرنامج "يوم جديد"، أن

اجابة (أحياناً) جاءت في المرتبة الأولى من اجابات مفردات العينة بنسبة مئوية بلغت (60.5)% ثم

جاءت الاجابة (دائماً) بنسبة (39.5)%، يعد هذا مؤشر مهم على إهتمام الجمهور بمشاهدة برنامج

يوم جديد والنظر اليه كوسيلة اعلامية اساسية فعالة في المجتمع.

## ٢. طريقة مشاهدة البرنامج:

جدول رقم (٣)

النسبة المئوية %	التكرار	طريقة المشاهدة
29.3	117	بمفردك
38.3	153	مع الاسرة
32.5	130	مع الاصدقاء
100.0	400	المجموع

يظهر من الجدول رقم (٣) ان فئة مع الاسرة جاءت باعلى نسبة بلغت (38.3)% تليها فئة مع الاصدقاء بنسبة (32.5)% واخيرا فئة بمفردك (29.3)%، وتعد هذه النتيجة طبيعية كونه من الطبيعي أن يشاهد الجمهور برنامج يوم جديد مع الاسرة كونه برنامج صباحي يبث في الفترة الصباحية وهو ما يجعل اكثره كبيرا.

## ٣. مكان مشاهدة البرنامج:

جدول رقم (٤)

النسبة المئوية %	التكرار	مكان المشاهدة
43.3	173	المنزل
23.0	92	منازل الاصدقاء
11.5	46	المقاهي والاندية
22.3	89	في مكان العمل
100.0	400	المجموع

فيما يتعلق في مكان المشاهدة يتضح من الجدول ان فئة المنزل جاءت في المرتبة الاولى بنسبة(43.3)%،تليها فئة منازل الاصدقاء بنسبة(23.0)%،تليها فئة مكان العمل بنسبة (22.3)% واخيرا فئة المقاهي والاندية بنسبة (11.5)%،هذه النتيجة تتفق مع النتيجة التي تسبقها في إذ إنه من الطبيعي أن يشاهد الجمهور غالبا برنامج يوم جديد في المنزل ومع الاسرة في الفترة الصباحية.

### ٤. متوسط وقت مشاهدة البرنامج:

#### جدول رقم (٥)

النسبة المئوية %	التكرار	متوسط المشاهدة
8.3	33	اقل من ساعة
31.3	125	من ساعة الى اقل من ساعتين
33.0	132	اكثر من ساعتين
27.5	110	البرنامج كاملا
100.0	400	المجموع

فيما يتعلق بمعدل مشاهدة عينة الدراسة لبرنامج يوم جديد شكلت فئة (اكثر من ساعتين)المرتبة الاولى بنسبة(33.0)%،تليها فئة (من ساعة الى اقل من ساعتين) في المرتبة الثانية بنسبة(31.3)%،وجاءت فئة (البرنامج كاملا)في المرتبة الثالثة بنسبة(27.5)% واخيرا جاءت فئة (اقل من ساعة)في المرتبة الرابعة والاحيرة بنسبة(8.3)%،الواقع انها نتائج جيدة تدل على كثافة مشاهدة برنامج يوم جديد وتعزى نسبة المشاهدة لاكثر من ساعتين كونه بداية البرنامج تحتوي الفقرات الاكثر متابعة حسب راي الجمهور.

٥. عدد مرات مشاهدة البرنامج اسبوعيا:

جدول رقم (٦)

النسبة المئوية %	التكرار	عدد مرات المشاهدة
2.0	8	يوم
6.0	24	يومين
17.0	68	ثلاثة أيام
35.3	141	أربعة ايام
39.8	159	كل الحلقات
100.0	400	المجموع

يتضح من الجدول (٦) ان فئة (كل الحلقات) جاءت في المرتبة الاولى بنسبة (39.8)%، تليها في المرتبة الثانية (اربعة ايام) بنسبة (35.3)%، تليها في المرتبة الثالثة فئة (ثلاثة ايام) بنسبة (17.0)%، وتليها فئة (يومين) بنسبة (6.0)% واخيرا فئة (يوم) بنسبة (2.0)%، هذه ايضا نتيجة جيدة جدا وهذا يدل على جماهيرية البرنامج لان اغلب الجمهور يتابع كل الحلقات يوميا.

٦. درجة متابعة فقرات برنامج يوم جديد:

جدول رقم (٧)

توزيع التكرار والنسب المئوية لفقرات برنامج يوم جديد ودرجة المتابعة مرتبة تنازليا حسب

المتوسطات الحسابية

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	دائما		احيانا		نادرا		الدرجة	الفقرة
		%	العدد	%	العدد	%	العدد		
.502	2.73	76.0	304	21.3	85	2.8	11	٥	فقرة الاسرة

.649	2.48	56.8	227	34.8	139	8.5	34	الساعة الاخبارية	١
.563	2.44	47.5	190	49.0	196	3.5	14	الفقرة الفنية	٧
.573	2.37	41.5	166	53.8	215	4.8	19	الحالة الجوية	٢
.697	2.33	45.8	183	41.0	164	13.3	53	الفقرة الأدبية	٩
.524	2.32	35.0	140	62.3	249	2.8	11	الفقرة الصحية	٨
.636	2.30	39.5	158	50.8	203	9.8	39	الفقرة الاجتماعية	٤
.674	2.28	40.8	163	46.8	187	12.5	50	حالة الطرق	٣
.482	2.27	28.8	115	69.5	278	1.8	7	الفقرة الأزياء والتصميم	٦
.694	2.25	40.0	160	45.5	182	14.5	58	قصص نجاح اردنية	١١
.673	2.13	30.3	121	53.0	212	16.8	67	فقرة الشباب	١٢
.680	2.12	29.8	119	52.5	210	17.8	71	تقارير مدانية	١٠

يبين الجدول (٧) ان المتوسطات الحسابية قد تراوحت ما بين (٢٠١٢-٢٠٧٣)، حيث جاءت الفقرة رقم (٥) والتي تنص على "فقرة الاسرة" في المرتبة الأولى وبمتوسط حسابي بلغ (٢٠٧٣)، بينما جاءت الفقرة رقم (١٠) ونصها "تقارير مدانية" بالمرتبة الأخيرة وبمتوسط حسابي بلغ (٢٠١٢)، تشير هذه النتيجة الى مدى أهمية فقرة الاسرة بالنسبة لباقي فقرات البرنامج كما رآها الجمهور المحوث فهي مناسبة لكافة افراد الاسرة.

## ٧. درجة الرضى عن فقرات برنامج يوم جديد:

### جدول رقم (٨)

توزيع التكرار والنسب المئوية لدرجة الرضا عن فقرات يوم جديد مرتبة تنازليا حسب

### المتوسطات الحسابية

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	درجة كبيرة		درجة متوسطة		درجة ضعيفة		الدرجة الفقرات
		%	العدد	%	العدد	%	العدد	
.548	2.52	54.5	218	43.0	172	2.5	10	١ الساعة الاخبارية
.494	2.24	27.3	109	69.8	279	3.0	12	٢ الحالة الجوية
.694	2.18	34.5	138	48.8	195	16.8	67	٣ حالة الطرق
.658	2.12	28.0	112	55.5	222	16.5	66	٤ الفقرة الاجتماعية
.686	2.09	28.3	113	52.3	209	19.5	78	١١ قصص نجاح اردنية
.711	2.08	29.5	118	49.0	196	21.5	86	٨ الفقرة الصحية
.698	2.07	27.8	111	51.0	204	21.3	85	٥ فقرة الاسرة
.674	2.05	25.0	100	54.5	218	20.5	82	١٢ فقرة الشباب

٦	الفقرة الأزياء والتصميم	98	24.5	191	47.8	111	27.8	2.03	.723
٧	الفقرة الفنية	100	25.0	208	52.0	92	23.0	1.98	.693
١٠	تقارير مدانية	98	24.5	211	52.8	91	22.8	1.98	.688
٩	الفقرة الأدبية	111	27.8	191	47.8	98	24.5	1.97	.723

يبين الجدول (٨) ان المتوسطات الحسابية قد تراوحت ما بين (١.٩٧-٢.٥٢)، حيث جاءت الفقرة رقم (١) والتي تنص على "الساعة الاخبارية" في المرتبة الأولى وبمتوسط حسابي بلغ (٢.٥٢)، بينما جاءت الفقرة رقم (٩) ونصها "الفقرة الأدبية" بالمرتبة الأخيرة وبمتوسط حسابي بلغ (١.٩٧)، تؤكد هذه النتيجة على ان الساعة الاخبارية والتي تأتي في مقدمة البرنامج تتال أعلى درجة رضى الجمهور كونها تحوي اخبار محلية وإقليمية ودولية.

## ٨. درجة تفضيل مشاهدة برنامج يوم جديد عن باقي البرامج المعروضة

في نفس التوقيت:

جدول رقم (٩)

المتغير	التكرار	النسبة المئوية %
نادرا	129	32.3
احيانا	208	52.0
دائما	63	15.8
المجموع	400	100.0

تبين البيانات من الجدول أعلاه أن احيانا جاءت في المرتبة الأولى ونسبة بلغت (٥٢,٠%)  
تلتها نادرا بنسبة مئوية بلغت (٣٢,٣%)، بينما جاءت دائما في المرتبة الأخيرة بنسبة مئوية  
بلغت (١٥,٥%)، تؤكد هذه النتيجة على جماهيرية البرنامج كون أكثر من نصف المبحوثين  
يفضلون متابعتها على اي مادة اخرى في التلفزيون.

٩. لمن يفضل دائما و احيانا....:

### جدول رقم (٩)

التوزيع التكرار والنسب المئوية لدرجة تفضيل مشاهدة برنامج يوم جديد عن غيره من البرامج

#### مرتبة تنازليا حسب المتوسطات الحسابية

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	دائما		احيانا		نادرا		لا		الدرجة سبب التفضيل
		العدد	%	العدد	%	العدد	%	العدد	%	
.619	3.68	201	74.2	56	20.7	10	3.7	4	1.5	١ افضل مشاهدته عن اي مادة اخرى في التلفزيون
.661	3.29	108	39.9	136	50.2	25	9.2	2	.7	٣ لا استطيع فعل اي شيء اخر اثناء مشاهدته
.757	3.17	102	37.6	117	43.2	49	18.1	3	1.1	٥ اشعر بالاندماج مع الموضوعات والشخصيات التي ت تناولها البرنامج
.494	3.11	48	17.7	205	75.6	17	6.3	1	.4	٢ ارتب مواعيدي بحيث لا تفوتني أية حلقة من حلقاته
.755	3.03	73	26.9	141	52.0	49	18.1	8	3.0	٤ اشعر بالحزن ان فاتني حلقة من حلقاته
.752	2.96	64	23.6	139	51.3	61	22.5	7	2.6	٦ اتحدث مع الاصدقاء عن البرنامج
.921	2.72	54	19.9	119	43.9	65	24.0	33	12.2	٨ اشاهد الحلقات التي تفوتني



										من البرنامج على الانترنت
.873	2.69	17.7	48	43.5	118	29.2	79	9.6	26	اشاهد بعض الحلقات مرة ثانية على الانترنت

يبين الجدول (٩) ان المتوسطات الحسابية للاجابات قد تراوحت ما بين (٢.٦٩-٣.٦٨)، حيث جاءت الاجابة رقم (١) والتي تنص على "افضل مشاهدته عن اي مادة اخرى في التلفزيون" في المرتبة الأولى وبمتوسط حسابي بلغ (٣.٦٨)، بينما جاءت الفقرة رقم (٧) ونصها "اشاهد بعض الحلقات مرة ثانية على الانترنت" بالمرتبة الأخيرة وبمتوسط حسابي بلغ (٢.٦٩)، وهو مؤشر واضح على حجم جماهيرية مشاهدة برنامج "يوم جديد".

## ١٠. الاسباب التي تدفع الجمهور لمتابعة برنامج يوم جديد عن غيره من

### البرامج:

#### جدول رقم (١٠)

التوزيع التكرار والنسب المئوية للأسباب التي تدفع إلى متابعة برنامج يوم جديد عن غيره من

#### البرامج مرتبة تنازليا حسب المتوسطات الحسابية

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	موافق جدا		موافق		محايد		معارض		معارض جدا		الدرجة الاسباب
		%	العدد	%	العدد	%	العدد	%	العدد	%	العدد	
.869	4.48	67.2	182	18.8	51	10.7	29	1.8	5	1.5	4	٤ يحرص على التوعية الصحية لكافة افراد العائلة
1.101	4.21	58.3	158	16.6	45	15.5	42	7.0	19	2.6	7	١ يتناول فقرات متنوعة تخص جميع أفراد العائلة

٦	يمتاز بكفاءة مقدمة	2	.7	6	2.2	38	14.0	129	47.6	96	35.4	4.15	.794
٥	يستضيف اصحاب الاختصاص لمناقشتهم في المواضيع المطروحة	2	.7	7	2.6	28	10.3	161	59.4	73	26.9	4.09	.732
٧	يوصل المضمون للمشاهد بدون تشويش وبسهولة	2	.7	8	3.0	50	18.5	132	48.7	79	29.2	4.03	.814
٨	يحتوي على معلومات مهمة	3	1.1	8	3.0	58	21.4	115	42.4	87	32.1	4.01	.869
٩	يتطرق الى موضوعات مهمة	4	1.5	6	2.2	59	21.8	125	46.1	77	28.4	3.98	.852
٣	يعرض لقصص نجاح اردنية	8	3.0	22	8.1	55	20.3	85	31.4	101	37.3	3.92	1.079
٢	يتناول باستمرار قضايا تخص المواطن الأردني	8	3.0	30	11.1	71	26.2	68	25.1	94	34.7	3.77	1.128
١٠	اشاهده بناء على رغبة المحيطين بي	19	7.0	14	5.2	60	22.1	95	35.1	83	30.6	3.77	1.148

يبين الجدول (١٠) ان المتوسطات الحسابية قد تراوحت ما بين (3.77-4.48)، حيث جاءت الفقرة رقم (٤) والتي تنص على "يحرص على التوعية الصحية لكافة افراد العائلة" في المرتبة الأولى وبمتوسط حسابي بلغ (٤.٤٨)، بينما جاءت الفقرتان رقم (٢ و ١٠) ونصهما "يتناول باستمرار قضايا تخص المواطن الأردني" و"اشاهده بناء على رغبة المحيطين بي" بالمرتبة الأخيرة وبمتوسط حسابي بلغ (٣.٧٧)، وتؤكد هذه النتيجة على وعي الجمهور فهو يقوم بمتابعة برنامج يوم جديد لانه يقوم بتوعية جميع افراد العائلة من الناحية الصحية عبر استضافة عدد من الاطباء المختصين والاستفادة من خبراتهم.

## ١١. اسباب مشاهدة برنامج يوم جديد:

### جدول رقم (١١)

التوزيع التكرار والنسب المئوية لأسباب تفضيل برنامج يوم جديد عن غيره من البرامج مرتبة

تنازليا حسب المتوسطات الحسابية

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	درجة كبيرة		درجة متوسطة		درجة ضعيفة		الدرجة الاسباب
		%	العدد	%	العدد	%	العدد	
.477	2.80	83.0	332	13.8	55	3.3	13	١١ الاستفادة من تجارب وخبرات ضيوف البرنامج
.548	2.62	65.5	262	31.3	125	3.3	13	١ الاسترخاء والترفيه
.599	2.32	39.0	156	54.0	216	7.0	28	٣ شغل اوقات الفراغ
.461	2.24	25.5	102	73.0	292	1.5	6	٢ الالمام بما يحدث في بلدي
.748	2.22	41.0	164	39.5	158	19.5	78	٧ معرفة معلومات عن اماكن وشخصيات لم اعرفها من قبل
.458	2.21	23.0	92	74.8	299	2.3	9	١٢ رفع مستوى الوعي الصحي لدي
.546	2.21	27.8	111	65.8	263	6.5	26	١٣ من قبيل التعود
.635	2.18	30.8	123	56.5	226	12.8	51	٤ معرفة ما يحدث في المجتمعات

الآخري									
14	الانتماء والتوحد مع المجتمع	38	9.5	276	69.0	86	21.5	2.12	.544
6	معرفة افكار جديدة	77	19.3	204	51.0	119	29.8	2.11	.693
5	التخلص من الملل	81	20.3	219	54.8	100	25.0	2.05	.672
8	الالمام بالمعلومات التي تهمني	96	24.0	193	48.3	111	27.8	2.04	.719
10	معرفة موضوعات تصلح للنقاش مع الاصدقاء	121	30.3	199	49.8	80	20.0	1.90	.702
9	الهروب من ضغوطات الحياة اليومية	122	30.5	209	52.3	69	17.3	1.87	.679

يبين الجدول (١١) ان المتوسطات الحسابية للاجابات قد تراوحت ما بين (1.87-2.80)، حيث جاءت الفقرة رقم (١١) والتي تنص على "الاستفادة من تجارب وخبرات ضيوف البرنامج" في المرتبة الأولى وبمتوسط حسابي بلغ (٢.٨٠)، بينما جاءت الفقرة رقم (٩) ونصها "الهروب من ضغوطات الحياة اليومية" بالمرتبة الأخيرة وبمتوسط حسابي بلغ (١.٨٧)، بالاطلاع على الاسباب التي تجعل الجمهور يشاهد برنامج يوم جديد إتضح انهم يشاهدونه للاستفادة من تجارب وخبرات الضيوف في كافة مجالات الحياة وهذا يعود لحسن اختيار الضيوف من معديين البرنامج.

## ١٢. الفوائد التي تعود على الجمهور من مشاهدة برنامج يوم جديد:

جدول رقم (١٢)

التوزيع التكراري والنسب المئوية للفوائد التي تعود من مشاهدة برنامج يوم جديد عن غيره من

البرامج مرتبة تنازليا حسب المتوسطات الحسابية

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الى حد كبير		الى حد ما		لا		الدرجة	الفوائد
		%	العدد	%	العدد	%	العدد		
.453	2.76	76.5	306	22.5	90	1.0	4	١	الالمام بخلفيات الاحداث المحلية
.534	2.34	37.0	148	60.0	240	3.0	12	٣	زيادة معارفي في موضوعات تهمني
.588	2.29	35.8	143	57.3	229	7.0	28	٤	الشعور بالمتعة وتجديد النشاط
.476	2.25	26.8	107	71.3	285	2.0	8	٢	التخلص من الملل والشعور بالوحدة
.631	2.18	30.5	122	57.0	228	12.5	50	٥	الشعور بالاسترخاء وتقليل التوتر
.713	2.12	32.3	129	47.8	191	20.0	80	١٠	الاستفادة مما يطرحه الاطباء في القضايا الصحية
.715	2.10	31.0	124	48.0	192	21.0	84	٦	اكسابي رؤية جديدة للقضايا المطروحة
.707	2.07	28.5	114	49.8	199	21.8	87	٩	يسليني
.704	2.02	26.0	104	50.5	202	23.5	94	٨	يمكنني من قضاء وقت جميل
.718	2.01	26.5	106	48.5	194	25.0	100	١١	معرفة معلومات جديدة عن الاماكن السياحية في بلدي
.664	2.00	22.0	88	56.0	224	22.0	88	٧	القضاء على الفراغ
.683	2.00	23.3	93	53.5	214	23.3	93	١٢	اعتمد عليه في الحصول على المعلومات في القضايا التي تهمني

13	يقوي الاتصال بيني وبين العائلة والاصدقاء	141	35.3	175	43.8	84	21.0	1.86	.737
----	--	-----	------	-----	------	----	------	------	------

يبين الجدول (١٢) ان المتوسطات الحسابية للاجابات قد تراوحت ما بين (١.٨٦-٢.٧٦)، حيث جاءت الفقرة رقم (١) والتي تنص على "الامام بخلفيات الاحداث المحلية" في المرتبة الأولى وبمتوسط حسابي بلغ (٢.٧٦)، بينما جاءت الفقرة رقم (١٣) ونصها "يقوي الاتصال بيني وبين العائلة والاصدقاء" بالمرتبة الأخيرة وبمتوسط حسابي بلغ (١.٨٦)، وهذه النتيجة تدل على ان الجمهور يحصل على الاخبار المحلية من خلال البرنامج، فهو يشبع احتياجاته الاخبارية.

### ١٣. معالجة برنامج يوم جديد للقضايا التي تهم المواطن الاردني:

#### جدول رقم (١٣)

المتغير	التكرار	النسبة المئوية %
لا	183	45.8
الى حد ما	145	36.3
الى حد كبير	72	18.0
المجموع	400	100.0

تشير البيانات الواردة في الجدول رقم (١٣) إلى أن النسبة الكبرى من أفراد العينة اجابت ب لا وبنسبة بلغت (٤٥,٨%)، فيما اجاب الى حد ما من أفراد العينة وبنسبة بلغت (٣٦,٣%) وجاء في المرتبة الاخيرة الى حد كبير بنسبة (١٨,٠%)، هذه النتيجة تدل على ان أكثر من نصف العينة يرون ان المعالجات التي تم للقضايا في البرنامج تهم المواطنين الى حد ما او الى حد كبير وهي نتيجة تتفق مع النتائج السابقة.

## ١٤. سلبيات برنامج يوم جديد:

جدول رقم (١٤)

المتغير	التكرار	النسبة المئوية %
نعم	148	37.0
لا	252	63.0
المجموع	400	100.0

تشير البيانات الواردة في الجدول رقم (١٤) إلى أن النسبة الكبرى من أفراد العينة اجابت ب عدم وجود سلبيات وبنسبة بلغت (٦٣.٠%) فيما أجاب بنعم عدد من أفراد العينة وبنسبة بلغت (٣٧,٠%)، هذه الدراسة تدل على قوة برنامج يوم جديد كونه يخلو من السلبيات بنظر عدد لا بأس به من الجمهور المبحوث.

## ١٥. أبرز سلبيات برنامج "يوم جديد" لمن أجاب ب(نعم) :

جدول رقم (١٥)

توزيع الأسباب التي تدفع أفراد العينة لمشاهدة برنامج يوم جديد مرتبة تنازليا حسب

### المتوسطات الحسابية

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	موافق جدا		موافق		محايد		معارض		معارض جدا		الدرجة	الاسباب
		%	العدد	%	العدد	%	العدد	%	العدد	%	العدد		
1.178	3.99	48.0	71	20.3	30	16.9	25	12.2	18	2.7	4	١	ضعف أداء مقدمي البرنامج

٢	استضافة شخصيات مكررة	2	1.4	13	8.8	31	20.9	71	48.0	31	20.9	3.78	.922
٣	عدم تناوله لقضايا اكثر اهمية من القضايا التي يتناولها	3	2.0	10	6.8	46	31.1	66	44.6	23	15.5	3.65	.895
٤	ضعف المعالجة التي يطرحها الضيوف للقضايا			9	6.1	70	47.3	55	37.2	14	9.5	3.50	.751
٥	قلة التنوع في كيفية عرض الفقرات	1	.7	14	9.5	66	44.6	50	33.8	17	11.5	3.46	.844
٦	الاطالة في عرض الفقرات دون تبرير كاف	4	2.7	16	10.8	64	43.2	52	35.1	12	8.1	3.35	.880
٧	ديكورات البرنامج لا تناسب مع الموضوعات	14	9.5	20	13.5	27	18.2	51	34.5	36	24.3	3.51	1.259

يبين الجدول (١٥) ان المتوسطات الحسابية للاجابات قد تراوحت ما بين (٣,٩٩-٣,٣٥)، حيث جاءت الفقرة رقم (١) والتي تنص على "ضعف اداء مقدمي البرنامج" في المرتبة الأولى ويمتوسط حسابي بلغ (٣,٩٩)، تلاها في المرتبة الثانية الفقرة رقم (٢) ونصها "استضافة شخصيات مكررة" وجاء في المرتبة الثالثة الفقرة رقم (٣) ونصها "عدم تناوله لقضايا اكثر اهمية من القضايا التي يتناولها" بمتوسط حسابي (٣,٦٥).



## ثانيا : التحقق من فروض الدراسة.

### ١. إختبار الفرض الأول :

توجد فروق ذات دلالة احصائية في متابعة أفراد العينة برنامج يوم جديد تعزى إلى متغيراتهم الديمغرافية. للتحقق من صحة هذه الفرضية تم استخراج المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية في درجة المتابعة لبرنامج يوم جديد تبعا لمتغيرات النوع الاجتماعي، والمهنة، والعمر، والمستوى التعليمي، والمستوى الاقتصادي، ولبيان دلالة الفروق الإحصائية بين المتوسطات الحسابية تم استخدام اختبار تحليل التباين والجدول أدناه يوضح ذلك.

### جدول (١٦)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية وتحليل التباين تبعا للنوع الاجتماعي، والمهنة، والعمر، والمستوى التعليمي، والمستوى الاقتصادي على درجة المتابعة لبرنامج يوم جديد

المتغير	الفئات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة ف	الدلالة الاحصائية
النوع الاجتماعي	ذكر	2.28	.271	5.496	.020
	انثى	2.39	.288		دال
المهنة	موظف	2.35	.292	.657	.622
	طالب	2.29	.361		غير دال
	اعمال حرة	2.32	.267		غير دال
	ربة منزل	2.37	.294		غير دال
	دون عمل	2.31	.262		غير دال
العمر	من ٢٠ الى اقل من ٣٠	2.42	.340	1.423	.235
	من ٣٠ الى اقل من ٤٠	2.37	.315		غير دال

غير دال		.274	2.33	من ٤٠ الى اقل من ٥٠	
غير دال		.244	2.28	50 فما فوق	
	.869	.027	.291	2.35	المستوى التعليمي
غير دال		.283	2.33	اعلى من ثانوي	ثانوي فما دون
	.771	.261	.300	2.35	المستوى الاقتصادي
غير دال		.282	2.34	متوسط	منخفض
غير دال		.278	2.32	مرتفع	متوسط

يتبين من الجدول (١٦) الآتي:

- عدم صحة الفرضية فيما يتعلق ب المهنة والعمر والمستوى التعليمي والاقتصادي، حيث كانت

قيمة المعنوية أكثر من ٠.٥، وثبوت صحتها فيما يتعلق بمتغير النوع حيث كانت قيمة

(ف) ٥.٤٩ عند مستوى دلالة ٥.٥٢٠ وهي فروق لصالح الاناث وهو ما يشير الى كثافة

متابعة الاناث للبرنامج وهي نتيجة طبيعية.

#### اختبار الفرضية الثانية:

توجد علاقة ذات دلالة احصائية بين كثافة مشاهدة برنامج يوم جديد وبين درجة الرضى عنه

للتحقق من صحة هذه الفرضية تم استخراج معامل ارتباط بيرسون بين كثافة مشاهدة برنامج يوم

جديد وبين درجة الرضى عنه، والجدول (١٧) يوضح ذلك.

## جدول (١٧)

معامل ارتباط بيرسون للعلاقة بين كثافة مشاهدة برنامج يوم جديد وبين درجة الرضى عنه

درجة الرضا		
400	معامل الارتباط	كثافة المشاهدة
	ر	
	الدلالة	
.241	الإحصائية	
	العدد	

يتبين من الجدول (١٧) عدم وجود علاقة دالة إحصائية بين كثافة مشاهدة برنامج يوم

جديد وبين درجة الرضى عنه.

وهذه النتيجة تشير إلى رفض الفرضية، وهذا ما يشير إلى كثافة مشاهدة البرنامج بغض

النظر عن درجة الرضا العام عن الفقرات التي يقدمها.

### ٣. إختبار الفرضية الثالثة:

توجد فروق ذات دلالة احصائية في الدوافع التعودية التي تحققها مشاهدة برنامج يوم جديد تعزى

للمتغيرات الديمغرافية

للتحقق من صحة هذه الفرضية تم استخراج المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية

في درجة المتابعة لبرنامج يوم جديد تبعا لمتغيرات النوع الاجتماعي، والمهنة، والعمر، والمستوى

التعليمي، والمستوى الاقتصادي، وتبين عدم صحة هذه الفرضية حيث ان قيمة:

ف مع النوع كانت (089) عند المستوى المعنوي (766).

ف مع المهنة كانت (1,930) عند المستوى المعنوي (105).

ف مع العمر كانت (1,157) عند المستوى المعنوي (326).

ف مع المستوى التعليمي كانت (2,163) عند المستوى المعنوي (142).

ف مع المستوى الاقتصادي كانت (1,547) عند المستوى المعنوي (214).

ويمكن تفسير ذلك بأن الدوافع التوعودية لا تتأثر بأي من هذه المتغيرات بغض النظر عن طبيعة المادة الاعلامية التي يتعرض لها المشاهدون.

### جدول (١٨)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية وتحليل التباين تبعاً للنوع الاجتماعي، والمهنة،

والعمر، والمستوى التعليمي، والمستوى الاقتصادي على درجة المتابعة لبرنامج يوم جديد

المتغير	الفئات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة ف	الدلالة الاحصائية
النوع الاجتماعي	ذكر	2.17	.353	.089	.766
	انثى	2.26	.431		غير دال
المهنة	موظف	2.24	.361	1.930	.105
	طالب	2.09	.393		غير دال
	اعمال حرة	2.14	.410		غير دال
	ربة منزل	2.29	.419		غير دال
	دون عمل	2.19	.373		غير دال
العمر	من ٢٠ الى اقل من ٣٠	2.26	.424	1.157	.326
	من ٣٠ الى اقل من ٤٠	2.26	.428		غير دال
	من ٤٠ الى اقل من ٥٠	2.20	.353		غير دال

غير دال		.423	2.18	50 فما فوق	
	.142	2.163	.430	2.16	المستوى التعليمي
غير دال		.384	2.23	اعلى من ثانوي	
	.214	1.547	.463	2.24	المستوى الاقتصادي
غير دال		.372	2.24	متوسط	
غير دال		.385	2.13	مرتفع	

#### ٥. اختبار الفرضية الرابعة:

توجد فروق ذات دلالة احصائية في الدوافع النفعية التي تحققها مشاهدة برنامج يوم جديد تعزى للمتغيرات الديمغرافية

للتحقق من صحة هذه الفرضية تم استخراج المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية في الدوافع النفعية التي تحققها مشاهدة برنامج يوم جديد تبعا لمتغيرات النوع الاجتماعي، والمهنة، والعمر، والمستوى التعليمي، والمستوى الاقتصادي، ولبيان دلالة الفروق الاحصائية بين المتوسطات الحسابية تم استخدام اختبار تحليل والجدول أدناه يوضح ذلك.

#### جدول (١٩)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية وتحليل التباين تبعا للنوع الاجتماعي، والمهنة، والعمر، والمستوى التعليمي، والمستوى الاقتصادي على الدوافع النفعية التي تحققها مشاهدة

#### برنامج يوم جديد

المتغير	الفئات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة ف	الدلالة الاحصائية
---------	--------	-----------------	-------------------	--------	-------------------

0.000	17.849	.360	2.08	ذكر	النوع الاجتماعي
دال		.376	2.32	انثى	
.003	4.055	.378	2.24	موظف	المهنة
دال		.408	2.20	طالب	
دال		.408	2.08	اعمال حرة	
دال		.359	2.33	ربة منزل	
دال		.364	2.12	دون عمل	
.001	5.278	.402	2.43	من ٢٠ الى اقل من ٣٠	
دال		.387	2.27	من ٣٠ الى اقل من ٤٠	
دال		.364	2.16	من ٤٠ الى اقل من ٥٠	
دال		.377	2.12	50 فما فوق	
.864	.029	.410	2.24	ثانوي فما دون	المستوي التعليمي
غير دال		.378	2.19	اعلى من ثانوي	
.091	2.415	.438	2.26	منخفض	المستوى الاقتصادي
غير دال		.357	2.18	متوسط	
غير دال		.408	2.19	مرتفع	

يتبين من الجدول (١٩) الآتي:

من الجدول السابق تبين عدم صحة الفرضية فيما يتعلق بمتغير المستوى التعليمي والمستوى

الاقتصادي، حيث كانت قيمة ف:

ف كانت مع المستوى التعليمي (0,029) عند المستوى المعنوي (0,864).

ف كانت مع المستوى الاقتصادي (2,415) عند المستوى المعنوي (0,091).

ثبتت صحة الفرضية فيما يتعلق بمتغير النوع حيث كانت قيمة ف (17,849) عند المستوى

المعنوي (0,000).

وكانت الفروق لصالح الاناث حيث بلغت 2,32 مقابل 2,08.

ف كانت مع المهنة (4,055) عند المستوى المعنوي (0,003).

ف كانت مع العمر (5,278) عند المستوى المعنوي (0,001).

وفيما يلي نستعرض صيغة الفروق بطريقة المقارنة البعدية (شيفيه):

## جدول (٢٠)

المقارنات البعدية بطريقة شيفيه تبعا لمتغير المهنة

المهنة	المتوسط الحسابي	موظف	طالب	اعمال حرة	ربة منزل	دون عمل
موظف	2.24					
طالب	2.20	0.05				
اعمال حرة	2.08	0.17	0.12			
ربة منزل	2.33	-0.09	0.13	0.25*		
دون عمل	2.12	0.12	0.07	0.05	0.20*	

\* دالة عند مستوى الدلالة ( $\alpha = 0.05$ ).

يتبين من الجدول (٢٠) وجود فروق ذات دلالة إحصائية ( $\alpha = 0.05$ ) بين ربة منزل من جهة وكل من أعمال حرة ودون عمل من جهة أخرى، وجاءت الفروق لصالح ربة منزل، وهي نتيجة طبيعية في ضوء توافر وقت كافي لربة المنزل لمتابعة البرنامج والاستفادة من فقراته.

### جدول (٢١)

#### المقارنات البعدية بطريقة شيفيه تبعا لمتغير العمر

العمر	المتوسط الحسابي	من ٢٠ الى اقل من ٣٠	من ٣٠ الى اقل من ٤٠	من ٤٠ الى اقل من ٥٠	50 فما فوق
من ٢٠ الى اقل من ٣٠	2.43				
من ٣٠ الى اقل من ٤٠	2.27	.16			
من ٤٠ الى اقل من ٥٠	2.16	*.27	.11		
50 فما فوق	2.12	*.31	*.15	.04	

\* دالة عند مستوى الدلالة ( $\alpha = 0.05$ ).

يتبين من الجدول (٢١) وجود فروق ذات دلالة إحصائية ( $\alpha = 0.05$ ) بين أقل من ٢٠ - أقل من ٣٠، ومن ٤٠ إلى أقل من ٥٠، ولصالح من ٢٠ إلى أقل من ٣٠. كما تبين وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين فئة العمر ٥٠ فما فوق من جهة وكل من فئتي العمر من ٢٠ إلى أقل من ٣٠، ومن ٣٠ إلى أقل من ٤٠، وجاءت الفروق لصالح كل من فئتي العمر من ٢٠ إلى أقل من ٣٠، ومن ٣٠ إلى أقل من ٤٠، وهو ما يشير الى كثافة استخدام البرنامج من قبل الاصغر سنا.



## ٦. الفرضية الخامسة:

توجد فروق ذات دلالة احصائية في الاشباع التوعودية التي تتحقق لعينة الدراسة لمشاهدة

برنامج يوم جديد تعزى الى المتغيرات الديمغرافية:

للتحقق من صحة هذه الفرضية تم استخراج المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية في للاشباع التوعودية التي تتحقق لعينة الدراسة لمشاهدة برنامج يوم جديد تبعا لمتغيرات النوع الاجتماعي، والمهنة، والعمر، والمستوى التعليمي، والمستوى الاقتصادي، ولبيان دلالة الفروق الاحصائية بين المتوسطات الحسابية تم استخدام اختبار تحليل والجدول أدناه يوضح ذلك. من الجدول السابق يتضح لنا عدم صحة الفرضية فيما يتعلق بمتغير المستوى التعليمي فقط حيث كانت قيمة (ف) في المستوى التعليمي (1.589) عند المستوى المعنوي (0.208).

وتثبت صحة الفرضية فيما يتعلق بمتغير النوع والمهنة والعمر والمستوى الاقتصادي، حيث كانت قيمة (ف) فيما يتعلق بالنوع (10,414) عند المستوى المعنوي (0,001)، وكانت قيمة (ف) عند المهنة (2.658) عند المستوى المعنوي (0.033)، كانت نسبة (ف) عند العمر (6.144) عند المستوى المعنوي (0.000)، اما بالنسبة لمتغير المستوى الاقتصادي كانت قيمة (ف) (8.417) عند المستوى المعنوي (0.000). وكانت الفروق لصالح الانثى حيث جاءت بمتوسط حسابي (2,29) بينما كان الذكور (2,03) وهي نتيجة طبيعية في ظل عمل كثير من النساء كربات بيوت وهو ما يجعل اشباع الاناث اكثر من الذكور.

### جدول (٢٢)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية وتحليل التباين تبعا للنوع الاجتماعي، والمهنة، والعمر، والمستوى التعليمي، والمستوى الاقتصادي على الاشباع التوعودية التي تتحقق لعينة

الدراسة لمشاهدة برنامج يوم جديد

المتغير	الفئات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة ف الاحصائية	الدلالة الاحصائية
النوع الاجتماعي	ذكر	2.03	.392	10.414	.001
	انثى	2.24	.404		دال
المهنة	موظف	2.14	.417	2.658	.033
	طالب	2.08	.474		دال
	اعمال حرة	2.04	.397		دال
	ربة منزل	2.25	.414		دال
	دون عمل	2.09	.383		دال
العمر	من ٢٠ الى اقل من ٣٠	2.36	.477	6.144	.000
	من ٣٠ الى اقل من ٤٠	2.19	.427		دال
	من ٤٠ الى اقل من ٥٠	2.08	.385		دال
	50 فما فوق	2.10	.391		دال
المستوي التعليمي	ثانوي فما دون	2.21	.437	1.589	.208
	اعلى من ثانوي	2.11	.401		غير دال
المستوى الاقتصادي	منخفض	2.29	.408	8.417	.000
	متوسط	2.10	.392		دال
	مرتفع	2.09	.437		دال

فيما يلي نعرض المقارنات بين المتوسطات الحسابية لهذه الفئات لمعرفة مصدر الفروق

وذلك بطريقة (شيفيه).

### جدول (٢٣)

#### المقارنات البعدية بطريقة شيفيه تبعا لمتغير المهنة

المهنة	المتوسط الحسابي	موظف	طالب	اعمال حرة	ربة منزل	دون عمل
موظف	2.14					

				.06	2.08	طالب
			.04	.10	2.04	اعمال حرة
		*.20	.17	.11	2.25	ربة منزل
	*.16	.05	.01	.05	2.09	دون عمل

\* دالة عند مستوى الدلالة ( $\alpha = 0.05$ ).

يتبين من الجدول (٢٣) وجود فروق ذات دلالة إحصائية ( $\alpha = 0.05$ ) بين ربة منزل من جهة وكل من أعمال حرة ودون عمل من جهة أخرى، وجاءت الفروق لصالح ربة منزل، وهي نتيجة منطقية كون ربة المنزل لديها وقت كافي لمتابعة البرنامج.

### جدول (٢٤)

#### المقارنات البعدية بطريقة شيفيه تبعا لمتغير العمر

العمر	المتوسط الحسابي	من ٢٠ الى اقل من ٣٠	من ٣٠ الى اقل من ٤٠	من ٤٠ الى اقل من ٥٠	50 فما فوق
من ٢٠ الى اقل من ٣٠	2.36				
من ٣٠ الى اقل من ٤٠	2.19	.17			
من ٤٠ الى اقل من ٥٠	2.08	*.27	.11		
50 فما فوق	2.10	*.26	.09	.02	

\* دالة عند مستوى الدلالة ( $\alpha = 0.05$ ).

يتبين من الجدول (٢٤) وجود فروق ذات دلالة إحصائية ( $\alpha = 0.05$ ) بين أقل من ٢٠ - أقل من ٣٠ من جهة وكل من فئتي العمر من ٤٠ إلى أقل من ٥٠، و ٥٠ فما فوق، وجاءت الفروق لصالح فئة العمر أقل من ٢٠ - أقل من ٣٠.

### جدول (٢٥)

#### المقارنات البعدية بطريقة شيفيه تبعا لمتغير المستوى الاقتصادي

مرتفع	متوسط	منخفض	المتوسط الحسابي	المستوى الاقتصادي
			2.29	منخفض
		*.19	2.10	متوسط
	.01	*.20	2.09	مرتفع

\* دالة عند مستوى الدلالة ( $\alpha = 0.05$ ).

يتبين من الجدول (٢٥) وجود فروق ذات دلالة إحصائية ( $\alpha = 0.05$ ) بين المستوى الاقتصادي المنخفض من جهة وكل من المستويين المتوسط والمرتفع من جهة أخرى، وجاءت الفروق لصالح كل من المستويين المتوسط والمرتفع وقد يفسر ذلك بوجود وقت أكبر لدى اصحاب المستوى المرتفع لمتابعة البرامج الصباحية في التلفزيون الاردني.

#### ٧. الفرضية السادسة:

توجد فروق ذات دلالة احصائية في الاشباع النفعية التي تتحقق لعينة الدراسة لمشاهدة برنامج يوم جديد تعزى الى :

للتحقق من صحة هذه الفرضية تم استخراج المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية في الاشباع النفعية التي تتحقق لعينة الدراسة لمشاهدة برنامج يوم جديد تبعا لمتغيرات النوع الاجتماعي، والمهنة، والعمر، والمستوى التعليمي، والمستوى الاقتصادي، ولبيان دلالة الفروق الاحصائية بين المتوسطات الحسابية تم استخدام اختبار تحليل والجدول أدناه يوضح ذلك

جدول (٢٦)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية وتحليل التباين تبعاً للنوع الاجتماعي، والمهنة، والعمر، والمستوى التعليمي، والمستوى الاقتصادي على الاشباعات النفعية التي تتحقق لعينة

الدراسة لمشاهدة برنامج يوم جديد

المتغير	الفئات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة ف	الدلالة الاحصائية
النوع الاجتماعي	ذكر	2.02	.371	28.342	.000
	انثى	2.32	.434	دال	
المهنة	موظف	2.16	.418	2.894	.022
	طالب	2.21	.472	دال	
	اعمال حرة	2.07	.435	دال	
	ربة منزل	2.32	.423	دال	
	دون عمل	2.08	.399	دال	
العمر	من ٢٠ الى اقل من ٣٠	2.49	.420	7.166	.000
	من ٣٠ الى اقل من ٤٠	2.23	.469	دال	
	من ٤٠ الى اقل من ٥٠	2.12	.395	دال	
	50 فما فوق	2.09	.405	دال	
المستوي التعليمي	اعدادي- ثانوي	2.29	.459	4.216	.041
	دبلوم- جامعي- فوق جامعي	2.13	.416	دال	
المستوى الاقتصادي	منخفض	2.30	.438	5.399	.005
	متوسط	2.13	.409	دال	
	مرتفع	2.15	.463	دال	

يتبين من الجدول (٢٦) الآتي:

- صحة الفرضية تماما حيث تبين وجود فروق ذات دلالة إحصائية تعزى للنوع الاجتماعي، وجاءت الفروق لصالح الإناث، حيث كانت قيمة (ف) (28.342) عند المستوى المعنوي (0.000).
- وجود فروق ذات دلالة إحصائية تعزى للمهنة حيث كانت قيمة (ف) (2.894) عند المستوى المعنوي (0.022). ولبيان الفروق الزوجية الدالة إحصائيا بين المتوسطات الحسابية تم استخدام المقارنات البعدية بطريقة شيفيه كما هو مبين في الجدول (٢٨).

### جدول (٢٧)

#### المقارنات البعدية بطريقة شيفيه تبعا لمتغير المهنة

المهنة	المتوسط الحسابي	موظف	طالب	اعمال حرة	ربة منزل	دون عمل
موظف	2.16					
طالب	2.21	.06				
اعمال حرة	2.07	.09	.14			
ربة منزل	2.32	.16	.11	*.25		
دون عمل	2.08	.07	.13	.01	*.24	

\* دالة عند مستوى الدلالة ( $\alpha = 0.005$ ).

يتبين من الجدول (٢٧) وجود فروق ذات دلالة إحصائية ( $\alpha = 0.005$ ) بين ربة منزل

من جهة وكل من أعمال حرة ودون عمل من جهة أخرى، وجاءت الفروق لصالح ربة منزل.

جدول (٢٨)

المقارنات البعدية بطريقة شيفيه تبعا لمتغير العمر

العمر	المتوسط الحسابي	من ٢٠ الى اقل من ٣٠	من ٣٠ الى اقل من ٤٠	من ٤٠ الى اقل من ٥٠	50 فما فوق
من ٢٠ الى اقل من ٣٠	2.49				
من ٣٠ الى اقل من ٤٠	2.23	*.27			
من ٤٠ الى اقل من ٥٠	2.12	*.37	.11		
50 فما فوق	2.09	*.40	.14	.03	

\* دالة عند مستوى الدلالة ( $\alpha = 0.05$ ).

يتبين من الجدول (٢٨) وجود فروق ذات دلالة إحصائية ( $\alpha = 0.05$ ) بين أقل من ٢٠- أقل من ٣٠ من جهة وكل من فئات العمر من ٣٠ إلى أقل من ٤٠ ومن ٤٠ إلى أقل من ٥٠، و ٥٠ فما فوق، وجاءت الفروق لصالح فئة العمر أقل من ٢٠- أقل من ٣٠.

جدول (٢٩)

المقارنات البعدية بطريقة شيفيه تبعا لمتغير المستوى الاقتصادي

المستوى الاقتصادي	المتوسط الحسابي	منخفض	متوسط	مرتفع
منخفض	2.30			
متوسط	2.13	*.16		
مرتفع	2.15	.14	.02	

\* دالة عند مستوى الدلالة ( $\alpha = 0.05$ ).

يتبين من الجدول (٢٩) وجود فروق ذات دلالة إحصائية ( $\alpha = 0.05$ ) بين المستوى الاقتصادي المنخفض والمتوسط، وجاءت الفروق لصالح المستوى المنخفض وهي نتيجة

يمكن تفسيرها في ضوء عدم وجود وقت لأصحاب المستوى المنخفض يمكنهم من استخدام هذا البرنامج في التسلية او الترفيه.

## ● ملخص النتائج والتوصيات .

### أولا : النتائج.

توصلت الدراسة في سعيها إلى التعرف على " الإستخدامات والإشباعات المحققة من برنامج يوم جديد للجمهور الأردني " إلى عدد من النتائج تتمثل أهمها في:

- ١-أوضحت الدراسة ان هناك اقبال على مشاهدة برنامج يوم جديد من كلا الجنسين .
- ٢-توصلت الدراسة الى نسبة ٣٨,٣% من مفردات عينة الدراسة يشاهدون برنامج يوم جديد مع اسرهم وان النسبة الاكبر منهم شكلت ٤٣,٣% تفضل مشاهدة البرنامج مع الاسرة في المنزل .
- ٣-كشفت الدراسة ان هناك اقبال من الجمهور الاردني على مشاهدة برنامج يوم جديد بمعدل اكثر من ساعتين بنسبة ٣٣,٠% لجميع الحلقات بنسبة ٣٩,٨% .
- ٤- كشفت الدراسة الى ان النسبة الاكبر من مشاهدي برنامج يوم جديد والتي بلغت ٤٥,٨% اعتبروا ان البرنامج لا يعالج قضايا المشاهد الاردني .
- ٥-خلصت الدراسة ان فقرة الاسرة جاءت في المرتبة الاولى تفضيلا لدى عينة الدراسة .
- ٦-كشفت الدراسة عن الرضى الكبير الذي حققته فقرة الساعة الاخبارية لدى الجمهور الاردني .
- ٧-أوضحت الدراسة ان الجمهور يفضل مشاهدة برنامج يوم جديد عن اي مادة اخرى في التلفزيون .
- ٨-أظهرت الدراسة ان السبب الاكبر في متابعة برنامج يوم جديد يعود لكونه يحرص على



التوعية الصحية لكافة افراد العائلة.

٩-توصلت الدراسة الى ان الفائدة الكبرى التي تعود على الجمهور جراء مشاهدة برنامج يوم

جديد هي الالمام بخلفيات الاحداث المحلية.

١٠-اثبتت الدراسة ابرز سلبية يراها الجمهور في برنامج يوم جديد وهي ضعف اداء مقدميه.

١١- ثبتت صحة الفرضية الاولى فيما يتعلق بوجود فروق ذات دلالة احصائية في متابعة

أفراد العينة برنامج يوم جديد تعزى إلى متغيراتهم الديمغرافية تبعاً لمتغيرات النوع الاجتماعي، والمهنة، والعمر، والمستوى التعليمي، والمستوى الاقتصادي.

١٢- ثبتت صحة الفرضية الثانية فيما بوجود يتعلق علاقة ذات دلالة احصائية بين كثافة

مشاهدة برنامج يوم جديد وبين درجة الرضى عنه.

١٣- ثبتت صحة الفرضية الثالثة والمتعلقة بوجود فروق ذات دلالة احصائية في الدوافع

التعودية التي تحققها مشاهدة برنامج يوم جديد تعزى للمتغيرات الديمغرافية.

١٤- ثبتت صحة الفرضية الرابعة والمتعلقة بوجود فروق ذات دلالة احصائية في الدوافع النفعية

التي تحققها مشاهدة برنامج يوم جديد تعزى للمتغيرات الديمغرافية.

١٥- ثبتت صحة الفرضية السادسة والمتعلقة بوجود فروق ذات دلالة احصائية في الاشباع

التعودية التي تتحقق لعينة الدراسة لمشاهدة برنامج يوم جديد تعزى الى المتغيرات الديمغرافية.

١٦- ثبتت صحة الفرضية السادسة والمتعلقة بوجود فروق ذات دلالة احصائية في الاشباع

النفعية التي تتحقق لعينة الدراسة لمشاهدة برنامج يوم جديد تعزى الى متغيراتهم الديمغرافية.

## ثانياً: التوصيات.

في ضوء النتائج التي توصلت لها الباحثة فإنها توصي بما يلي:

- ١- التركيز على عرض مشكلات وقضايا المواطن الاردني بشكل اكبر وايجاد حلول لها مع المختصين.
- ٢- اللجوء الى الموضوعية والبساطة في طريقة طرح المواضيع.
- ٣- اخضاع المقدمين لدورات اعلامية بشكل دوري من اجل خرطهم اكثر في العلمية الاعلامية.
- ٤- تجديد ديكورات البرنامج باستمرار بما يتناسب مع متطلبات العصر الحديث.
- ٥- الحرص على التطوير المستمر ل فقرات البرنامج.
- ٦- تطوير محتويات البرامج.

قائمة

المراجع

© Arabic Digital Library - Yamouk University

## أولاً : الكتب العربية والمترجمة .

- ١- إبراهيم إمام ،الإعلام الإذاعي والتلفزيوني،(القاهرة، دار الفكر، ١٩٧٩).
- ٢- إدوارد واكلي،مقدمة إلى وسائل الاتصال، ترجمة فلسطين وديع، (د،س).
- ٣- أمل ذكالك، دور التلفزيون في تنشئة الأطفال سياسياً،(دمشق، منشورات وزارة الإعلام، ١٩٩١).
- ٤- أنس حبيب، تأثير التلفزيون على الطفل،(دمشق، بدون ناشر، ١٩٩٢).
- ٥- بورتيسكي وآخرون، الصحافة والتلفزيون، ترجمة ابتسام علوان، (بغداد، بدون ناشر، ١٩٧٨).
- ٦- تركي نصار، تاريخ الإعلام الأردني،(أربد، عالم الكتب الحديث، ٢٠٠٧).
- ٧- حسن عماد، ليلي حسين السيد،الاتصال ونظرياته المعاصرة،(القاهرة،الدار المصرية اللبنانية، ١٩٩٨).
- ٨- حسن مكاوي، ليلي حسين السيد،الاتصال ونظرياته المعاصرة،(القاهرة،،الدار المصرية اللبنانية، ١٩٩٨).
- ٩- حسن مكاوي، ومحمد الشريف،نظريات الإعلام،(القاهرة، مركز جامعة القاهرة للتعليم المفتوح الطبعة الأولى، ٢٠٠٠).
- ١٠- حمدي حسن،الوظيفة الإخبارية لوسائل الإعلام،(القاهرة، دار الفكر العربي، ١٩٩١).
- ١١- سمير حسين، بحوث الإعلام الأسس والمبادئ،(القاهرة، بدون ناشر، ١٩٧٦).
- ١٢- صالح أبو اصبع،الاتصال والإعلام في المجتمعات المعاصرة،(عمان، دار أرام للدراسات والنشر والتوزيع، ١٩٩٥).
- ١٣- صالح ذياب هندي أثر وسائل الإعلام،(القاهرة، بدون ناشر، ١٩٩٠).

- ١٤- عاطف عدلي العبد،الاتصال والرأي العام،(القاهرة، دار الفكر العربي،١٩٩٣).
- ١٥- عاطف عدلي العبد،مدخل إلى الاتصال والرأي العام، الأسس النظرية، والإسهامات العربية، (القاهرة، دار الفكر العربي، ١٩٩٩).
- ١٦- عبد الرحمن العيسوي، الآثار النفسية والاجتماعية للتلفزيون،(بيرون، دار النهضة، ١٩٨٤).
- ١٧- عبد الرزاق الدليمي، عولمة التلفزيون،(عمان، دار جرير للنشر، ٢٠٠٥).
- ١٨- عبد الغفار عبد السلام، مقدمة في الصحة النفسية،(القاهرة، دار العلم، الطبعة الأولى، ١٩٩٥).
- ١٩- عبد الفتاح أبو معال، أثر وسائل الإعلام على الطفل،( دار الشروق، ١٩٩٠).
- ٢٠- عصام الموسى، المدخل في الاتصال الجماهيري،(اريد، دار الكتاني، ١٩٩٥).
- ٢١- عوض منصور،التلفزيون بين المنافع والأضرار،(الزرقاء، مكتبة المنار، ١٩٨٥).
- ٢٢- فاروق أنيس جرار،الإذاعة والتلفزيون في الأردن،(عمان منشورات لجنة تاريخ الأردن، ١٩٩٧).
- ٢٣- فاضل حنا،التلفزيون - ماله وما عليه ومدى تأثيره في الأطفال،(بيروت، دار المشرق، ٢٠٠٢).
- ٢٤- فاطمة حسين عواد، الاعلام الفضائي،(الاردن، دار اسامة، ٢٠١٠).
- ٢٥- فرج عبد القادر طه، أصول علم النفس الحديث،(القاهرة، عين للدراسات والبحوث الإنسانية والاجتماعية، ١٩٩٩).
- ٢٦- فرج كامل،بحوث الإعلام والرأي العام: تصميمها وإجرائها وتحليلها،(القاهرة، دار النشر للجامعات، ٢٠٠١).

- ٢٧- ل. ديلفير، ساندرابول روكتسن، نظريات وسائل الإعلام، ترجمة: كمال عبد الرؤوف، (القاهرة، الدار الدولية للنشر والتوزيع، ١٩٩٣).
- ٢٨- محمد الحيزان، البحوث الإعلامية أسسها - أساليبها - مجالاتها، (الرياض، مطبعة سفير، ٢٠٠١).
- ٢٩- محمد الهادي عيسى، تأثير وسائل الإعلام، (دمشق، المطبعة الجديدة، ١٩٨٥).
- ٣٠- محمد شطاح، الإعلام في التلفزيون - نشرات الأخبار - المحتوى والجمهور، (الجزائر، دار الكتاب الحديث، ٢٠٠٧).
- ٣١- محمد عبد القادر، الإعلام والدعاية - نظريات وتجارب، (القاهرة، مكتبة الأنجلو المصرية، ١٩٧٢).
- ٣٢- محمد فليحي، صناعة العقل في عشر الشاشة، (عمان، دار العلمية الدولية للنشر، ٢٠٠٢).
- ٣٣- محمد معوض، عبد العزيز بركات، الخبر الإذاعي والتلفزيوني، (القاهرة، دار الكتاب الحديث، ٢٠٠٠).
- ٣٤- محمد معوض، فنون العمل التلفزيوني، (القاهرة، دار الفكر العربي، ١٩٨٦).
- ٣٥- مروان كجك، الأسرة المسلمة أمام التلفزيون، (القاهرة، نشر وتوزيع دار الكلمة الطيبة، ١٩٨٩).
- ٣٦- مي العبد الله، التلفزيون وقضايا الاتصال في عالم متغير، (بيروت، دار النهضة العربية، ٢٠٠٦).
- ٣٧- نزهة الخوري، أثر التلفزيون في تربية المراهقين، (بيروت، دار الفكر اللبناني، ١٩٩٧).
- ٣٨- نصر الدين العياضي، التلفزيون دراسات وتجارب، (الجزائر، دار هومة للطباعة والنشر، ١٩٩٨).

٣٩- نهى العبد، أطفالنا والقنوات الفضائية، (القاهرة، دار الفكر العربي، ٢٠٠٥).

٤٠- ويلبر شرام وآخرون، التلفزيون وأثره في حياة أطفالنا، ترجمة: زكريا سيد حسن، (القاهرة،

الدار المصرية للتأليف والترجمة، ١٩٦٥).

٤١- يحيى بسيوني، التلفزيون الإسلامي، (الرياض، عالم الكتب، ١٩٧٩).

## ثانياً: الكتب الأجنبية .

1. Douglas, A, Boyd, Broadcasting in the Arab World a Survey of Radio and Television in the Middle East, Temple University Press Philadelphia, 1st Edition a series edited by Sydney w.Heed, 1982.
2. Denis Mcquail, Seven wind Hal, Communication Models, London newyork Longman, 1993.
3. Edward L, Planer, Aimee Dorr, 1989, Children The Faces Of Television, London Loano Vich Puplisher, p:28.
4. Elkin F, Handle, G, 4<sup>th</sup> Edition, 1987, The child Society, Random House, New York, P:184.
5. W Schram. and Donolfd, F, Roberts (eds), , 1972, The Process And Effects Of Mass Communication, Urhan University of Illinois Press, p:141.

## ثالثاً: الرسائل الجامعية .

١. الحديد، علي، (٢٠٠٦)، دور التلفزيون الأردني في تشكيل منظومة القيم لدى طلبة الجامعات الأردنية، رسالة ماجستير غير منشور، الجامعة الأردنية، عمان، الاردن.
٢. الدواوسة، سلاح، (٢٠٠٢)، إستخدامات الجمهور الفلسطيني للقنوات الفضائية العربية والإشباع المتحققة، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، القاهرة.
٣. شاهين، هبة، (٢٠٠١)، استخدامات الجمهور المصري للقنوات الفضائية، رسالة دكتوراه، غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، القاهرة.
٤. غواص، عامر سعيد، (٢٠٠١)، استخدامات الطفل العماني لبرامج الأطفال التلفزيونية، دراسة مسحية، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، القاهرة.
٥. مرزوق، دينا يحيى، (١٩٩٩)، استخدامات جمهور القاهرة الكبرى لبرامج الفترة الصباحية والإشباع المتحققة، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، القاهرة.



## رابعاً : الأبحاث العلمية المنشورة .

١. الخزاعي، حسين عمر، (٢٠٠٥)، دور التلفزيون الاردني في تنمية الوعي الصحي، مؤتة للبحوث والدراسات، المجلد ٢٠، العدد الاول، ٢٠٠٥.
٢. القضاة، محمد فلاح، (٢٠٠٤)، البرامج المحلية في التلفزيون الاردني (دراسة ميدانية من وجهة نظر طلبة الجامعة الاردنية)، الجامعة الاردنية، المنارة للبحوث والدراسات، المجلد ١٠، العدد ٤، (٢٠٠٤).
٣. إبراهيم، بكر بن محمد، (٢٠١٠)، إستخدامات افراد المجتمع السعودي للمحطات الاذاعية والاشباعات المحققة منها، جامعة الملك سعود، مجلة جامعة الملك سعود، المجلد ٢٢، (٢٠١٠).
٤. تركي، مصطفى احمد، (١٩٩٤)، وسائل الإعلام وأثرها في شخصية الفرد، جامعة القاهرة، مجلة عالم الفكر، المجلد الرابع عشر، العدد الرابع، (١٩٩٤).
٥. زيادات، عادل، عادات وانماط التعرض للقنوات التلفزيونية الفضائية في الاردن وانعكاس هذه المشاهدات على مشاهدي برامج التلفزيون الاردني، جامعة اليرموك، مؤتة للبحوث والدراسات، المجلد الثاني عشر، العدد الاول، (١٩٩٧).
٦. طبيشات، عبدالناصر، (٢٠١٠) تأثير البرامج التلفزيونية على طلبة جامعة اليرموك، مجلة اتحاد الجامعات العربية للاداب، المجلد ٧، العدد ٣، (٢٠١٠).
٧. مكايي، حسن عماد، (١٩٩٢)، استخدامات التلفزيون وإشباعاته في سلطنة عمان، دراسة مسحية لعينة من طلاب الجامعة، جامعة القاهرة، مجلية بحوث الاتصال، العدد الثامن، (ديسمبر ١٩٩٢).
٨. منصور، تحسين، (٢٠٠٧)، المراهقون الاردنيون والفضائيات الغنائية العربية، دراسات العلوم الانسانية والاجتماعية، الجامعة الاردنية، المجلد ٣٤، العدد ٢، (٢٠٠٧).

## خامساً: الدراسات الأجنبية .

1. Institute of Marketing and Polls,2004,Usage Attitude and Satisfaction of Radio and TV Viewers.
- 2- Ipsos Sat, National Media Analysis (NMA) Jordan 2007 T.V Section.
- 3- Serena, Stanford & Riccomini besty, 1984, Linking TV Program Orientations and Gratification, Communication Abstract, Vol,4.

## سادساً: المواقع الإلكترونية .

1. <http://jrtv.gov.jo/Arabic/programs/Pages/ProgramsDetails.aspx?pid=65>  
الموقع الرسمي للتلفزيون الاردني.  
(22/2/2013)(20/2/2013) تاريخ الدخول
2. [http://ar.wikipedia.org/wiki/%D8%AA%D9%84%D9%81%D8%A7%D8%B2#.D8.AA.D8.A7.D8.B1.D9.8A.D8.AE\\_.D8.A7.D9.84.D8.AA.D9.84.D9.81.D8.B2.D9.8A.D9.88.D9.86](http://ar.wikipedia.org/wiki/%D8%AA%D9%84%D9%81%D8%A7%D8%B2#.D8.AA.D8.A7.D8.B1.D9.8A.D8.AE_.D8.A7.D9.84.D8.AA.D9.84.D9.81.D8.B2.D9.8A.D9.88.D9.86)  
(18/3/2013) تاريخ الدخول
3. Jrtv.gov.jo\Arabic\AboutjoTv\Pages\AboutTv.aspx الموقع الرسمي للتلفزيون الاردني  
تاريخ الدخول(٢٠١٣/٧/٢٠)

ملاحق

الدراسة

© Arabic Digital Library - Yarmouk University

## بسم الله الرحمن الرحيم

أخي الفاضل..... أختي الفاضلة

بعد التحية.....

أجري بحثاً بعنوان "استخدامات الجمهور الأردني لبرامج التلفزيون والاشباعات المتحققة منها" برنامج "يوم جديد أنموذجاً" (دراسة ميدانية)، وذلك كمتطلب من متطلبات الحصول على درجة الماجستير بكلية الاعلام في جامعة اليرموك، وقد وضعت من اجل ذلك مجموعة من التساؤلات، والمرجو منك التكرم بالاجابة على هذه الاسئلة، علما بان البيانات سوف تستخدم لأغراض البحث العلمي فقط.

لكم منا جزيل الشكر على حسن تعاونكم

الباحثة

علا سلطان السكجي

جامعة اليرموك

كلية الاعلام

٢٠١٣

1- هل تشاهد برنامج "يوم جديد"؟

أ- دائما      ب- أحيانا      ج- لا

لمن أجب بلا أرجو تسليم الاستمارة وشكرا.

٢. عندما تشاهد برنامج "يوم جديد" هل تحب أن تشاهده:

أ- بمفردك      ب- مع الأسرة      ج- مع الأصدقاء

٣. أين تشاهد برنامج "يوم جديد":

أ- المنزل      ب- منازل الأصدقاء      ج- المقاهي والأندية      د- في مكان العمل

٤. ما متوسط الوقت الذي تقضيه في مشاهدتك لبرنامج "يوم جديد"؟

أ- أقل من ساعة      ب- من ساعة إلى أقل من ساعتين      ج- أكثر من ساعتين

د- البرنامج كاملا

٥. عدد المرات التي تشاهد فيها برنامج "يوم جديد" أسبوعيا؟

أ- يوم      ب- يومين      ج- ثلاثة أيام      د- أربعة أيام      هـ- كل الحلقات

٦. في ما يلي فقرات برنامج "يوم جديد" الرجاء تحديد درجة متابعتك لكل منها:

			درجة المتابعة
نادرا	احيانا	دائما	الفقرة
			١. الساعة الاخبارية
			٢. الحالة الجوية

			٣. حالة الطرق
			٤. الفقرة الاجتماعية
			٥. فقرة الأسرة
			٦. الفقرة الأزياء والتصميم
			٧. الفقرة الفنية
			٨. الفقرة الصحية
			٩. الفقرة الأدبية
			١٠. تقارير ميدانية
			١١. قصص نجاح أردنية
			١٢. فقرة الشباب

٧. ما مدى رضاك عن فقرات برنامج "يوم جديد":

درجة الرضي	درجة كبيرة	درجة متوسطة	درجة ضعيفة
الفقرة			
١. الساعة الاخبارية			
٢. الحالة الجوية			
٣. حالة الطرق			
٤. الفقرة الاجتماعية			
٥. فقرة الاسرة			

			٦.فقرة الازياء والتصميم
			٧.الفقرة الفنية
			٨.الفقرة الصحية
			٩.الفقرة الادبية
			١٠.تقارير ميدانية
			١١.قصص نجاح اردنية
			١٢.فقرة الشباب

٨.هل تفضل مشاهدة برنامج"يوم جديد"عن مشاهدة البرامج التي تبث في القنوات

الاخرى في نفس التوقيت؟

ج- نادرا

ب-أحيانا

أ-دائما

لمن أجب ب) نادرا الرجاء الانتقال الى السؤال ( ١١ ) .

٩. لمن يفضل ( دائما وأحيانا) مشاهدة برنامج 'يوم جديد' عن غيره من البرامج ... أفضل

مشاهدة البرنامج عن غيره من البرامج التي تبث في نفس التوقيت حتى أني:

لا	نادرا	أحيانا	دائما	درجة التفضيل أسباب التفضيل
				١. أفضل مشاهدته عن أي مادة أخرى في التلفزيون
				٣. ارتب مواعيدي بحيث لا تفوتني أية حلقة من حلقاته
				٤. لا أستطيع فعل أي شيء آخر أثناء مشاهدته
				٥. اشعر بالحزن إن فاتني حلقة من حلقاته
				٦. اشعر بالاندماج مع الموضوعات و الشخصيات التي يتناولها البرنامج
				٧. أتحدث مع الأصدقاء عن البرنامج
				٨. أشاهد بعض الحلقات مرة ثانية علي الانترنت
				٩. أشاهد الحلقات التي تفوتني من البرنامج علي الانترنت

١٠. فيما يلي الأسباب التي تجعلك تفضل متابعة برنامج 'يوم جديد' فما درجة

موافقتك عليها:

مميزات البرنامج	موافق جدا	موافق	محايد	معارض	معارض جدا
					جدا



				١. يتناول فقرات متنوعة تخص جميع أفراد العائلة
				٢. يتناول باستمرار قضايا تخص المواطن الاردني
				٣. يعرض لقصص نجاح أردنية
				٤. يحرص على التوعية الصحية لكافة افراد العائلة
				٥. يستضيف اصحاب الاختصاص لمناقشتهم في المواضيع المطروحة
				٦. يمتاز بكفاءة مقدميه
				٧. يوصل المضمون للمشاهد بدون تشويش وبسهولة
				٨. يحتوي على معلومات مهمة
				٩. يتطرق الى موضوعات مهمة
				١٠ - أشاهده بناء على رغبة المحيطين بي

#### ١١. ما أسباب مشاهدتك لبرنامج "يوم جديد":

السبب	الدرجة	درجة كبيرة	درجة متوسطة	درجة ضعيفة
١. الاسترخاء والترفيه				
٢. الإمام بما يحدث في بلدي				

			٣.شغل أوقات الفراغ
			٤.معرفة ما يحدث في المجتمعات الآخري
			٥.التخلص من الملل
			٦. معرفة افكار جديدة
			٧.معرفة معلومات عن أماكن وشخصيات لم أعرفها من قبل
			٨.الإلمام بالمعلومات التي تهمني
			٩.الهروب من ضغوطات الحياة اليومية
			١٠.معرفة موضوعات تصلح للنقاش مع الأصدقاء
			١١.الاستفادة من تجارب وخبرات ضيوف البرنامج
			١٢.رفع مستوى الوعي الصحي لدي
			١٣.من قبيل التعود
			١٤.الانتماء والتوحد مع المجتمع

١٢. ما الفوائد التي تعود عليك من مشاهدة برنامج "يوم جديد":

لا	الى حد ما	إلى حد كبير	الدرجة الفائدة
			١. الإمام بخلفيات الاحداث المحلية
			٢. التخلص من الملل والشعور بالوحدة
			٣. زيادة معارفي في موضوعات تهمني
			٤. الشعور بالمتعة وتجديد النشاط
			٥. الشعور بالاسترخاء وتقليل التوتر
			٦. إكسابي رؤية جديدة للقضايا المطروحة
			٧. القضاء على الفراغ
			٨. يمكنني من قضاء وقت جميل
			٩. يسليني
			١٠. الاستفادة مما يطرحه الاطباء في القضايا الصحية
			١١. معرفة معلومات جديدة عن الاماكن السياحية في بلدي
			١٢. اعتمد عليه في الحصول على

			المعلومات في القضايا التي تهمني
			١٣. يقوي الاتصال بيني وبين العائلة والاصدقاء

١٣. هل ترى ان برنامج يوم جديد يعالج القضايا التي تهمني المشاهد الأردني بشكل

جيد؟

أ- إلى حد كبير      ب- إلى حد ما      ج- لا

لمن أجاب ب (لا) الرجاء الانتقال الى السؤال (١٥).

١٤. لمن أجاب ب (إلى حد كبير وإلى حد ما).... ما أبرز هذه القضايا:

١.....

٢.....

٣.....

١٥- هل ترى أن هناك سلبيات تشوب برنامج يوم جديد

أ- نعم      ب- لا

١٦. لمن أجاب ب(نعم) ما أبرز السلبيات التي تراها في برنامج "يوم جديد":

					درجة الموافقة
					السلبية
					١. ضعف أداء مقدمي البرنامج

					٢. استضافة شخصيات مكررة
					٣. عدم تناوله لقضايا اكثر اهمية من القضايا التي يتناولها
					٤. ضعف المعالجة التي يطرحها الضيوف للقضايا
					٥. قلة التنوع في كيفية عرض الفقرات
					٦. الاطالة في عرض الفقرات دون تبرير كاف
					٧. ديكورات البرنامج لا تتناسب مع الموضوعات

## البيانات الشخصية:

### ١- النوع

ذكر  أنثي

### ٢- المهنة

موظف  طالب  اعمال حرة  ربة منزل  دون عمل

### ٢-العمر:

من ٢٠ إلى اقل من ٣٠

من ٣٠ إلى اقل من ٤٠

من ٤٠ إلى اقل من ٥٠

٥٠ فما فوق

### ٣- المستوى التعليمي :

( أمي - يقرأ و يكتب - ابتدائي)

( إعدادي - ثانوي)

( دبلوم - جامعي - فوق جامعي)

### ٤- دخل الأسرة شهريا:

اقل من ٣٠٠ دينار  من ٣٠٠ إلى اقل من ٦٠٠  من ٦٠٠ إلى اقل من ٩٠٠

٩٠٠

٩٠٠ فأكثر

### - ممتلكات الأسرة:

سيارة واحدة  أكثر من سيارة  شقة تملك  محل تجاري

قطعة ارض  جهاز كمبيوتر شخصي  كومبيوتر محمول  بيت مستقل

حمام سباحة بالمنزل  سيارة مستقلة لي .

### عدد أفراد الأسرة متضمنا الأبناء:

اقل من أربعة أفراد  من أربعة إلى ستة أفراد  سبعة أفراد فأكثر

### ٥- مكان الإقامة:

مدينة  قرية  مخيم